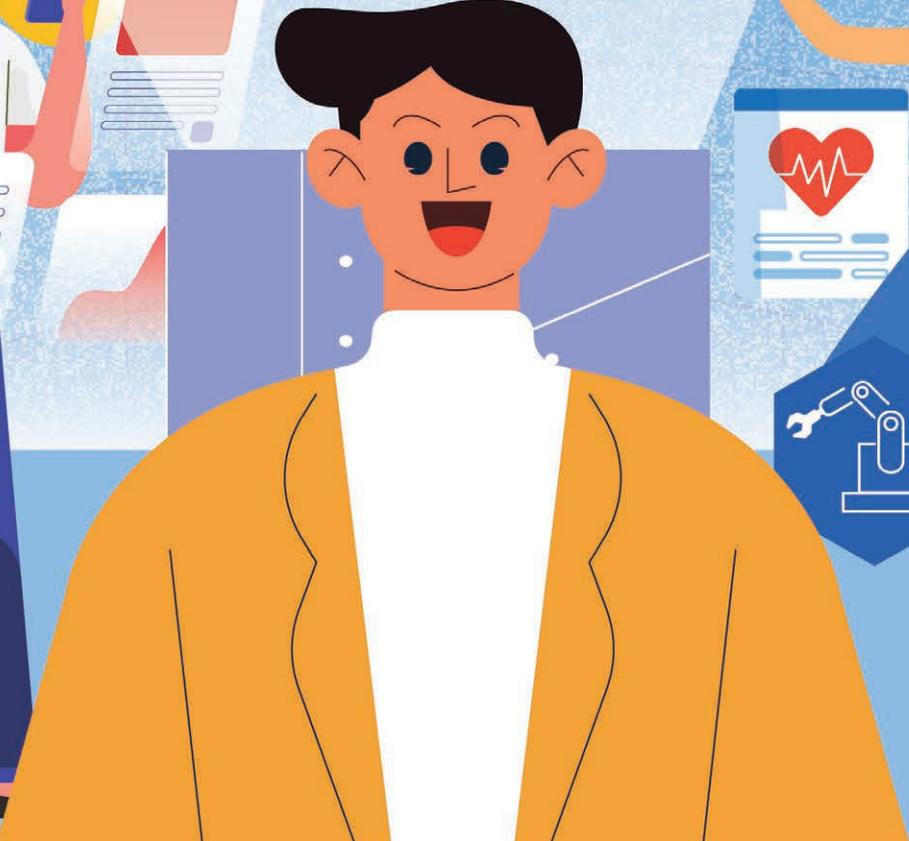


SCGP

aLOT

newsletter

WORKING SMART WITH DIGITAL PARTNER



CONTENTS

33
1/2024

04



14



11

02 Start Right Here

อัปเดตความเคลื่อนไหวของ SCGP

04 Spotlight

Fest Woodenware ชุดช้อนส้อมมีดไม้จากเฟสท์ สะอาด ปลอดภัย ดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

06 WOW Around

เปลี่ยนพลาสติกกรีไซเคิลเป็น “แก้วอีสตูล” สุดเจ๋ง

08 The Big Idea

ดิจิทัลพาร์ทเนอร์ (คนรู้ใจ) ของคนทำงานยุคใหม่

11 P-DNA

บริการด้วยใจ พร้อมใช้เทคโนโลยี มัดใจลูกค้ายุคดิจิทัล

14 P-Story

The Inspiring Innovation 2023, Innovation Everyone, Everywhere

18 Journey of Growth

ส่องตลาดและทิศทาง SCGP สู่อุตสาหกรรมสุขภาพการแพทย์ ที่มีศักยภาพเติบโตสูง

20 Safety

“Care for All” วัฒนธรรมความปลอดภัย ห่วงใยซึ่งกันและกัน

22 Inspiring Innovation

ลิปติกอัจฉริยะ วิเคราะห์ บำรุง และเติมสีส้นในแท่งเดียว

24 Digital Planet

AI ตัวช่วยเกษตรกรรมอัจฉริยะ

26

26 Lift Up Your Voice

ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยเทคโนโลยี และดูแลสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกัน

29 Relax & Have Fun

เล่นเกมสนุก ๆ ลุ้นรับของรางวัล

30 Your Answers

Influencer Marketing การตลาดที่ Why ต้องมาก่อน Who เสมอ

32 Alive

Workshop สุดสนุก ของขึ้นนี้จะมียืนเดียวบนโลก!

34 Today for Tomorrow

“LIVE AGAIN” ปลุกชีวิตวัสดุเหลือใช้ ให้เกิดใหม่อีกครั้ง

36 Your Healthy Hub

ฮีลใจผ่านเสียง Sound Healing

38 Act Together

พัฒนานวัตกรรมสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน

41 a LOT of Ideas

บลูเบอร์รี่มะนาวโซดา ซ่า...ทุกปาร์ตี้

42 Spark Your Passion

Midnight.BiteFood TikToker ทำอาหารจากการ์ตูน ลงงานแบบเป๊ะ ๆ

44 Passionate Experiences

นำ Passion ที่มี เสริมคุณค่าในงาน



เชื่อว่าวันหยุดสงกรานต์ที่ผ่านมาจะเป็นช่วงเวลาที่คุณคนได้พักผ่อน ใช้เวลาอย่างมีความสุขกับครอบครัว และกลับมาพร้อมที่จะเริ่มต้นลุยงานเต็มที่เช่นเคยนะคะ

ปีนี้ต้องยอมรับว่าเป็นอีกหนึ่งปีแห่งการเปลี่ยนแปลง ทุกอุตสาหกรรมต่างเร่งปรับตัวเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงจากหน้ามือเป็นหลังมือ ทักษะเดิมที่เคยมีหรือเคยใช้ กลยุทธ์การทำธุรกิจที่เคยทดลองทำและเรียนรู้มา มาถึงวันนี้ อาจจำเป็นต้องฉีกตำราบทเก่า เพื่อรับมือกับโลกที่ท้าทายอย่างไม่เคยมีมาก่อน

“คนทำงาน” จึงต้องปรับตัวให้เร็ว ติดตามให้ทันเทรนด์โลก และปรับมุมมองใหม่ เช่น มอง “AI” ในฐานะดิจิทัลพาร์ทเนอร์และนำมาปรับใช้อย่างเหมาะสมในการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า เพื่อขยายประสิทธิภาพการทำงาน และนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรที่จะทวีคูณขึ้นอย่างไร้ขีดจำกัด

a LOT ฉบับนี้ได้โอกาสอัปเดตตามเทรนด์เทคโนโลยีเช่นกัน เริ่มกันที่คอลัมน์ P-DNA เราชวนพี่อ้อ - คุณจินดาภา ปรีชญางกูร มาคุยถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อพัฒนาการดูแลลูกค้าของทีม Customer Services นอกจากนี้เรายังชวนทีมพนักงานที่ร่วมตัวกันสร้างโปรเจกต์การปรับปรุงคุณภาพไม้ ที่ขับเคลื่อนไปด้วยแรงบันดาลใจตามอ่านกันได้ที่คอลัมน์ Passionate Experience และคอลัมน์ Alive ที่จะชวนไปทำเวิร์กช็อปสนุก ๆ ที่ไม่เพียงจะชวนคุณไปเปลี่ยนบรรยากาศ แต่ยังได้ของที่ระลึกชิ้นเดียวในโลกที่หากมีมือตัวเองติดมือกลับบ้านไปอีกด้วย

a LOT พร้อมพาคุณก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล เพราะโลกแห่งเทคโนโลยีจะไม่ใช้โลกแห่งอนาคตอีกต่อไป เราต้องเรียนรู้ให้เร็ว ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอย่างเหมาะสมให้ได้มากที่สุด ซึ่งจะช่วยพัฒนาศักยภาพตนเอง ส่งผลให้งานมีประสิทธิภาพและองค์กรเติบโตได้อย่างยั่งยืนอีกด้วยค่ะ

Porkaew Tippayamontol

ปอแก้ว ทิพยมณฑล

(Porkaew Tippayamontol)

บรรณาธิการบริหาร (Editor-in-chief)

We believe you spent your time happily with your family over Songkran holidays and are now back at work with your battery fully recharged.

It is undeniable that 2024 is a year of changes. All industries are urgently adapting in response to drastically changing landscapes and technologies. Today, it is probably time to discard some old skills and time-tested business approaches as unprecedented challenges emerge in this world.

“Working people” must keep pace with global trends and adjust their perspectives now. For example, “AI” should be considered digital partners and deployed to create good customer experience, upgrade work efficiency, and boundlessly boost corporate competitiveness.

a LOT, therefore, dedicates this volume to tech updates. P-DNA column features an interview with Mrs. Jindapa “Aor” Preechayangkoon, which shows how SCGP Customer Services team has leveraged technologies. Staff behind a wood enhancement project, meanwhile, share their inspirations in Passionate Experience. Alive then encourages readers to check out new vibes and create a one-of-a-kind keepsake via interesting workshops.

Ushering you towards the digital age, a LOT highlights that a technologically enabled world is no longer avant-garde. Let’s learn fast and apply technologies appropriately for self-development, work efficiency, and sustainable growth of our organization.

เจ้าของ: บมจ.เอสซีจี แพคเกจจิ้ง สำนักงานใหญ่ เลขที่ 1 ถนนปูนซิเมนต์ไทย บางซื่อ กรุงเทพฯ 10800 E-mail: scgpackaging@scg.com Homepage: www.scgpackaging.com
จัดทำโดย: Brand Management ที่ปรึกษา: โชติหทัย นพวงศ์ บรรณาธิการบริหาร: ปอแก้ว ทิพยมณฑล รองบรรณาธิการบริหาร: กมลรัตน์ จรรย์วานิชย์ กองบรรณาธิการ: ณัฐยา นัยประยูร สุวรรณดี เชนอมรธนกิจ พิมพ์มาดา บริพันธ์ ปานใจ เลิศเด่นธรรม มีสดลิน สิ้นสวาท อรวรรณ ดั่งคนารักษ์กุล นพวรรณ เกาสุวรรณกุล มุสดี แสงศิริฉาย รณิดา ปาณัณณพ จีรภา แสงสงวงศ์

ออกแบบโดย: ฝ่าย The Creatia บริษัทอมรินทร์ คอร์ปอเรชั่นส์ จำกัด (มหาชน)
พิมพ์ที่: สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ บริษัทอมรินทร์ คอร์ปอเรชั่นส์ จำกัด (มหาชน)
376 ถนนชัยพฤกษ์ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ 10170 โทรศัพท์: 0-2422-9000
โทรสาร: 0-2433-2742 เว็บไซต์: www.amarin.co.th

Owner: SCG Packaging PLC, No. 1 Siam Cement Rd., Bangsue, Bangkok 10800, Thailand E-mail: scgpackaging@scg.com Homepage: www.scgpackaging.com
Production Coordinator: Brand Management Advisor: Chotihathai Noppawong
Editor-in-chief: Porkaew Tippayamontol Assistant Managing Editor: Kamonrat Chanyavanich Editorial Staff: Natthaya Naiprayoon, Suwannee Taecha-Amorntanaj, Pimmada Boripon, Panjai Lertdentam, Muslin Sinsawat, Orawan Tangkanarakkul, Noppawan Ngaosuwanukul, Phusadee Saengsirichai, Ranida Panannop, Jeerapa Saengsongwong

Design: The Creatia, Amarin Corporations Public Co., Ltd. Printed by: Printing and Packaging Division, Amarin Corporations Public Co., Ltd. 376 Chaiyaphruk Rd., Taling Chan, Bangkok 10170 Tel: +66-2422-9000 Fax: +66-2433-2742 Website: www.amarin.co.th



แชร์องค์ความรู้และการดำเนินงานด้านความยั่งยืน สู่ 7 ประเทศสมาชิกอาเซียน จาก SEAMEO

SHARING SUSTAINABILITY KNOWLEDGE AND PRACTICES WITH 7 ASEAN NATIONS VIA SEAMEO

SCGP เปิดบ้านต้อนรับศูนย์ระดับภูมิภาคด้วยปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อความยั่งยืนของซีมีโอ หรือ SEAMEO SEPS โดยมีคณะผู้อำนวยการโรงเรียนและคณาจารย์ที่เป็นสมาชิก และเข้าร่วมโครงการจาก 7 ประเทศในอาเซียน ได้แก่ ไทย กัมพูชา บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย ลาว และอินโดนีเซีย

SCGP has welcomed a delegation from SEAMEO SEPS, which comprised school directors and teachers from seven ASEAN nations namely Thailand, Cambodia, Brunei, the Philippines, Malaysia, Laos, and Indonesia.



The delegation visited the Ban Pong Plant and the Ban Rang Phlap Community in Ratchaburi's Ban Pong district. Ban Rang Phlap is a model community in SCGP's LIKE (Wasteless) Community Project. The visitors aimed to learn from business operations that are rooted in the Circular Economy concept, ESG framework, and the Sufficiency Economy principles. SCGP has not just operated its businesses, but also developed local communities. Via this educational visit, the company has enriched the knowledge and experience of SEAMEO SEPS members in a way that will facilitate the region's success and the pursuit of the United Nations' Sustainable Development Goals.

คณะ เยี่ยมชมโรงงานบ้านโป่ง และชุมชนบ้านรางพลับ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ซึ่งเป็นชุมชนต้นแบบการจัดการขยะในโครงการ SCGP ชุมชน LIKE (ไร้) ขยะ เพื่อศึกษาการดำเนินธุรกิจด้วยหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนตามกรอบแนวคิด ESG และการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ ทั้งในการประกอบธุรกิจและการพัฒนาชุมชน เพื่อเสริมสร้างความรู้และประสบการณ์ให้แก่สมาชิก อันจะนำไปสู่การบรรลุผลสำเร็จร่วมกันของภูมิภาคและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ



SEAMEO SEPS = The Southeast Asian Ministers of Education Organization Regional Centre for Sufficiency Economy Philosophy for Sustainability

เสริมสายใยธุรกิจ การันตีศักยภาพเอกชนไทย SCGP เปิดบ้านต้อนรับ นักธุรกิจเซเนกัลและแกมเบีย

**STRENGTHENING BUSINESS TIES & PROVING THAI PRIVATE SECTOR'S STRENGTHS,
SCGP WELCOMES ENTREPRENEURS FROM SENEGAL AND GAMBIA**



SCGP ร่วมกับสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงดาการ์ ต้อนรับนักธุรกิจชาวเซเนกัลและแกมเบีย ศึกษางานและเจรจาธุรกิจบรรจุภัณฑ์ที่ Inspired Solutions Studio มีการบรรยายและแลกเปลี่ยนความรู้ด้านบรรจุภัณฑ์โซลูชัน รวมถึงนำเสนอศักยภาพของ SCGP ในการตอบโจทย์การเติบโตสู่ตลาดสากล

เซเนกัลเป็นประเทศเกิดใหม่ที่มีศักยภาพสูง ในด้านเศรษฐกิจเป็นประเทศกำลังพัฒนา และมีผลผลิตทางการเกษตรจำนวนมาก จึงมีความต้องการด้านบรรจุภัณฑ์เพื่อรองรับผลผลิต นับเป็นโอกาสที่ดีสำหรับการต่อยอดความร่วมมือด้านการค้าและการลงทุนระหว่างสองประเทศ

SCGP in collaboration with the Royal Thai Embassy in Dakar welcomed entrepreneurs from Senegal and Gambia to a business show and packaging business discussion at Inspired Solutions Studio. During the event, the company presented its packaging solutions, shared knowledge with participants, and underlined its potential to grow in the global market.

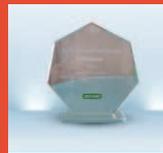
Senegal is now an emerging market with high-growth potential. Producing a huge quantity of crops, this developing nation has a high demand for packaging. Therefore, the welcome of entrepreneurs from Senegal presented a good opportunity for bilateral trade and investment cooperation.

เสริมแกร่งธุรกิจ พร้อมรองรับตลาด HEALTHCARE DELTALAB ครีรางวัล BEST CHANNEL PARTNER SOUTHERN EUROPE 2023

**HEALTHCARE BUSINESS GETS STRONGER,
DELTALAB WINS BEST CHANNEL PARTNER SOUTHERN EUROPE 2023 AWARD**



Deltalab, S.L. (Deltalab) ได้รับรางวัล Best Channel Partner Southern Europe 2023 จาก Bio-Rad: Food Science Division ในงาน EMEA Channel Partner Meeting 2024 จัดขึ้นที่ประเทศฝรั่งเศส ในฐานะผู้แทนจำหน่ายสินค้าของ Bio-Rad ได้สูงสุดใน Southern Europe ทั้งในด้านการยอดขายและอัตราการเติบโต โดย Bio-Rad เป็นบริษัทระดับโลกที่มีสินค้า อุปกรณ์ เครื่องมือ และชุดตรวจต่าง ๆ ด้าน Healthcare, Life Science และ Food Industry ส่งผลให้ Bio-Rad และ Deltalab พร้อมขยายความร่วมมือ



ทางธุรกิจและมีแผนการเติบโตด้วยกันอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ทีมได้ร่วมนำเสนอ แลกเปลี่ยนความรู้ และพบปะตัวแทนจำหน่ายจากหลายประเทศ เพื่ออัปเดตข้อมูล ความรู้ทางเทคโนโลยี และสินค้าใหม่ ๆ เพื่อการพัฒนาในอุตสาหกรรมต่อไปในอนาคต

Deltalab, S.L. (Deltalab) has received the Best Channel Partner Southern Europe 2023 award from Bio-Rad: Food Science Division at EMEA Channel Partner Meeting 2024, which was held in France. The award was granted because Deltalab was the best seller of Bio-Rad products in Southern Europe in terms of both sales revenue and growth rate. Bio-Rad is a global supplier of Healthcare, Life Science, and Food Industry's equipment and test kits. Bio-Rad and Deltalab are now ready to expand their business cooperation and pursue plans for mutual growth. At the event, Deltalab team also made a presentation, shared knowledge, and connected with distributors from various countries to gain latest information on technology and product updates, which would be useful to further development in the industry. **P**

FEST WOODENWARE

ชุดช้อนส้อมไม้จากเฟสท์
สะอาด ปลอดภัย
ดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

**CLEANNES, SAFETY &
ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY**

“ช้อนส้อม” อุปกรณ์ที่ทุกคนต้องใช้ในการรับประทานอาหารทุกมื้อ และหากเราเลือกสั่งอาหารแบบกลับบ้าน (Takeaway) ภาพที่เราคุ้นเคยของช้อนส้อมที่ร้านอาหารให้มาเพื่ออำนวยความสะดวกในการรับประทาน มีกลุ่มที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมค่อนข้างน้อยแต่ปัจจุบันกระแสรักสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น ผู้คนเริ่มตระหนักถึงปัญหานี้ ช้อนส้อมไม้จึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่น่าสนใจของร้านอาหารที่ต้องการเป็นผู้นำด้านความยั่งยืน เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ

“Spoon and Fork” are eating utensils for every meal. If we order takeaway food, such cutlery will also accompany our dishes to ensure our convenience. As green trends grow, people become increasingly aware of environmental issues. Wooden spoons and forks thus prove interesting alternatives to restaurants that want to position themselves as sustainability leaders.



ส่งเสริมให้เกษตรกรมีรายได้เสริมจากการปลูกไม้ในพื้นที่ว่าง

Being supportive of farmers who can earn extra cash from growing trees in vacant land plots



ผลิตจากไม้ท้องถิ่นในไทยและโตเร็ว (ภายใน 3 - 5 ปี) เป็นไม้ที่มาจากป่าปลูกหมุนเวียนเชิงพาณิชย์ สามารถปลูกหมุนเวียนทดแทนได้

Being made of fast-growing indigenous trees (3 - 5 years) from commercial forestry plantations, which are renewable



สะอาดปลอดภัย สัมผัสอาหารได้โดยตรง และไม่มีสารอันตราย

Being clean and safe, free from hazardous chemicals, and food-grade



ใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยและพัฒนาาเพื่อผลิตได้กับไม้หลากหลายประเภท

Using modern manufacturing technology and compatibility with various types of wood



เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถย่อยสลายได้ 100%

Being friendly to the environment and 100% biodegradable



แข็งแรง ทนทาน ใช้งานกับอาหารได้ทุกประเภท

Being durable and suitable for all types of food



มีบริการพิมพ์โลโก้ และจัดชุดเซตสินค้าตามที่ต้องการได้

Accommodating optional logo printing and special-set services



ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตระดับสากล (BRC)

Being certified based on BRC Global Standard for Packaging and Packaging Materials



ออกแบบรูปทรงได้หลากหลาย สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแบรนด์

Being able to fit into many shapes with added value for brands



กำลังการผลิต 200 ล้านชิ้น/ปี

Having the capacity to produce 200 million units/year

เปลี่ยนพลาสติก รีไซเคิล เป็น “เก้าอี้สตูล” สุดเจ๋ง



PLASTIC WASTE UPCYCLED INTO “COOL” DESIGN STOOL

Derlot แบรินด์ดีไซน์ชื่อดังจากออสเตรเลีย เน้นออกแบบเฟอร์นิเจอร์ ดีไซน์เก๋ มีความทันสมัย ภายใต้แคตตาล็อกที่ดูเรียบ เท่ และมีความคล้อยอยู่ในตัว ย้อนกลับไปเมื่อ พ.ศ. 2551 สตูดิโอ Derlot ได้ออกแบบคอลเลกชันเก้าอี้ Stump Stool ขึ้นมา เป็นเก้าอี้สตูลหน้ากลมที่มีลำตัวเป็นคอคอดค่อย ๆ สอบผายออกคล้ายตอไม้ รูปทรงดูโดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เมื่อนำไปจัดวางใช้งานแล้วยิ่งดูสะอาดตา ไม่เหมือนใคร โดยเก้าอี้ Stump Stool นี้เป็นผลงานดีไซน์ของ Alexander Lotersztain ก่อนที่เขาจะหยิบเอาความ Unique ของผลงานดีไซน์ชุดนี้มาส่งต่อแรงบันดาลใจไปสู่ผลงานคอลเลกชันใหม่อย่าง “Stump Recycled Stool” ใน พ.ศ. 2566 ที่ผ่านมา

Derlot, an Australian design brand, is famous for its contemporary and stylish design. The brand image therefore is about being simple yet cool. In 2008, Derlot launched its Stump Stool collection. In the collection were round seats whose body contours spread wider like tree stumps. Boasting an outstanding design, the collection proved eye-catching and unique. Designed by Alexander Lotersztain, the collection was revived as “Stump Recycled Stool” in 2023.



Stump Recycled Stool by Derlot ยังคงเลือกใช้รูปลักษณ์ของเก้าอี้
 สตุลรุ่นเดิมมาถ่ายทอดแนวคิดใหม่เกี่ยวกับ “ความยั่งยืน” (Sustainability
 Concept) ผ่านการเลือกใช้วัสดุขยะพลาสติก LDPE รีไซเคิลเป็นวัสดุ
 หลักในการผลิต โดย Stump Recycled Stool 1 ตัว จะใช้ขยะพลาสติก
 รีไซเคิลจากโรงงานอุตสาหกรรมมากถึงร้อยละ 80 และที่พิเศษกว่านั้นคือ
 เอกลักษณ์ของเศษขยะพลาสติกที่รีไซเคิลสะท้อนให้เห็นอย่างเด่นชัด
 ผ่านการออกแบบและนำเสนอสีสันทันของเก้าอี้สตุลตามสไตล์ Kaleidoscopic
 ผสมผสานแรงบันดาลใจจากหินขัดหลากสีแบบ Terrazzo จึงทำให้เก้าอี้
 สตุลจากขยะพลาสติกรีไซเคิลคอลเลกชันนี้เหมือนทำมาจากวัสดุหินขัด
 ได้อย่างแนบเนียน

นอกจาก Stump Recycled Stool จะถูกออกแบบด้วยวัสดุที่มีความ
 ยั่งยืน ตีต่อสิ่งแวดล้อม และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับขยะพลาสติกแล้ว
 ยังดึงดูดความสนใจของผู้ใช้งาน ด้วยดีไซน์แปลกตาและสีสันทันจากเนื้อ
 พลาสติกได้อย่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยมีให้เลือกมากถึง 7 แบบ
 Stump Recycled Stool by Derlot นี้จะเป็นแรงบันดาลใจที่ดีที่สุดสำหรับ
 การออกแบบยุคใหม่ที่ใส่ใจกับความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น



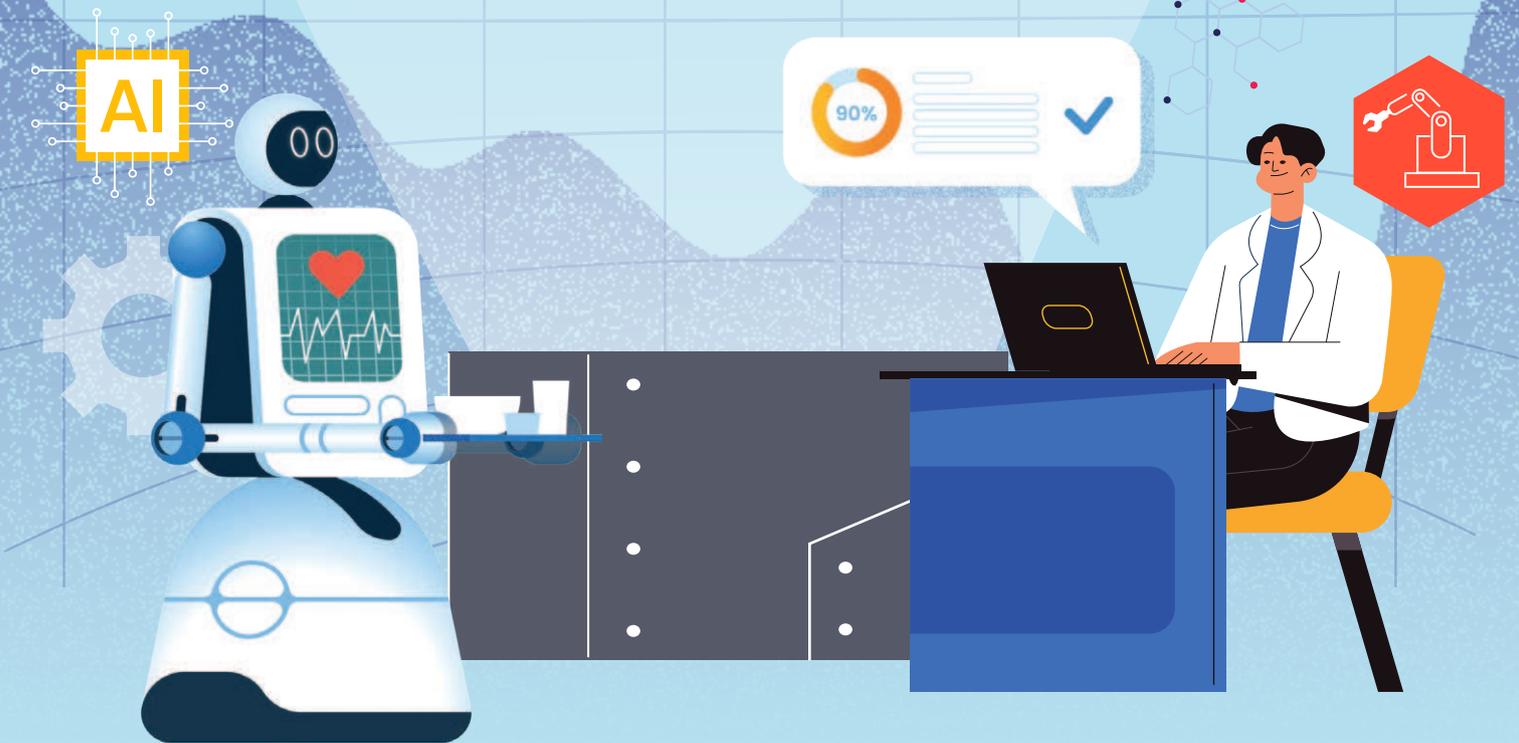
Stump Recycled Stool by Derlot retains the original collection's
 look but celebrates the “Sustainability Concept” by using recycled
 LDPE plastic as its key raw material. Each Stump Recycled
 Stool is 80 percent made of recycled plastic. Its design has
 chosen kaleidoscopic hues for the revived collection, drawing
 inspiration from plastic waste and terrazzo. At first glance, this
 cool chair may even look like a terrazzo.

Friendly to the environment, Stump Recycled Stool has upcycled
 plastic waste through an unusual, colorful, and unique design.
 Available in seven variations, Stump Recycled Stool
 by Derlot promises to inspire more sustainable designs in this
 new age. 



ดิจิทัลพาร์ทเนอร์ (คนรู้ใจ) ของคนทำงานยุคใหม่

DIGITAL PARTNER OF THE NEW GENERATION



ทุกวันนี้เทคโนโลยีดิจิทัลและ AI เข้ามามีบทบาทในหลายองค์กร ส่งผลให้รูปแบบการทำงานเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ไม่ว่าจะเป็นการเรียบเรียงข้อมูล การนำเสนอบทความด้วยภาษาสละสลวย มีวรรณศิลป์ใกล้เคียงกับมนุษย์ การช่วยวินิจฉัยโรคทางการแพทย์ได้ตรงจุด และการให้บริการลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

Today, digital technology and artificial intelligence (AI) have played a role in several organizations. The way of working therefore has changed. These innovations, for example, have already helped with rewriting articles, diagnosing diseases, and improving customer service.

มนุษย์จึงเริ่มจับตามองพัฒนาการของ AI ทั้งยังกังวลว่า เทคโนโลยีอันชาญฉลาดเหล่านี้จะเข้ามาแทนที่แรงงานมนุษย์ในที่สุด แต่เมื่อเราหันมาทำความเข้าใจและทดลองใช้งาน จะเริ่มเห็นว่า AI เป็นเทคโนโลยีดิจิทัลที่เข้ามาช่วยเสริมในสิ่งที่มนุษย์ขาดไป และร่วมทำงานเสมือนพาร์ทเนอร์คนสำคัญ เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจในอนาคต

การจะทำให้คนผสมการทำงานกับ AI ได้ดี ต้องคำนึงถึง 3 ส่วนหลัก คือ มนุษย์ (คนทำงาน) ต้องมีส่วนร่วมพัฒนาศักยภาพของ AI AI ที่ถูกพัฒนาขึ้นต้องเข้ามาเสริมศักยภาพการทำงานของมนุษย์ได้จริง และสุดท้ายองค์กรต้องพร้อมปรับตัว เพื่อเปิดโอกาสให้ทั้งมนุษย์และ AI สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

การสร้าง “ดิจิทัลพาร์ทเนอร์” เพื่อคนทำงาน

มีงานวิจัยของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดพบว่า บริษัทกว่า 1,500 แห่ง มีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น เมื่อมนุษย์และเทคโนโลยี AI ทำงานร่วมกัน ดังนั้น องค์กรและมนุษย์ที่เป็นคนทำงานควรมีส่วนสนับสนุนการใช้งาน AI อย่างเหมาะสม เพื่อสร้างสรรค์ “ดิจิทัลพาร์ทเนอร์” ที่จะมาช่วยให้งานมีประสิทธิภาพกว่าเดิม และสามารถทำงานร่วมกันในองค์กรได้อย่างมีความสุข ดังนี้

- 1. มนุษย์** การสอนความเป็นมนุษย์ให้แก่ AI เราต้องฝึกป้อนข้อมูลให้เทคโนโลยีมีกระบวนการคิดแบบมนุษย์ เพื่อให้ถ่ายทอดข้อมูลต่าง ๆ ออกมาเสมือนมาจากความคิดและความรู้สึกแบบเดียวกับมนุษย์ให้ได้มากที่สุด
- 2. AI** การช่วยวิเคราะห์และตัดสินใจได้อย่างแม่นยำขึ้น ภายใต้อาณัติข้อมูลที่มีการคาดการณ์และป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างน่าเชื่อถือ หรือมีปฏิสัมพันธ์กับมนุษย์ได้ดีกว่าเดิม จะช่วยยกระดับการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า ส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์และสินค้า นำไปสู่การพัฒนาที่ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
- 3. องค์กร** มีความยืดหยุ่น สามารถเปลี่ยนแปลงการทำงานได้รวดเร็ว ไม่ยึดติด และต้องเปิดกว้างกับการนำเทคโนโลยีมาเสริมศักยภาพคนทำงานอย่างจริงจัง



ตัวอย่างการนำ AI มาปรับใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เช่น การนำ ChatGPT, Gemini, Jasper, Quillbot มาประยุกต์ใช้ในการใช้ Robots และ Autonomous System เพื่อใช้งานในไลน์ผลิตสินค้าและบริการ หรือการพัฒนาด้าน Quantum Computing เพื่อประมวลผลข้อมูลจำนวนมหาศาล และการส่งเสริม Green & Sustainable Technology เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนตามเทรนด์โลกยุคใหม่ ซึ่งผู้คนหันมาใส่ใจกับประเด็นสังคมและสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืนยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ยังมีเทคโนโลยีดิจิทัลอื่น ๆ เช่น IoT, Data Science, VR และ Cloud Computing รวมถึงการฝึกฝนทักษะการคิดวิเคราะห์ ความคิดสร้างสรรค์ การแก้ปัญหาที่มีความซับซ้อน ความฉลาดทางอารมณ์ ทักษะด้าน Machine Learning เข้าใจการทำงานของอัลกอริทึมต่าง ๆ และทักษะด้าน Computer Vision สอนให้ AI เข้าใจข้อมูลภาพและวิดีโอ เป็นต้น เพราะสิ่งเหล่านี้เปรียบได้กับทักษะที่ AI จะต้องมีและจำเป็นต้องใช้งาน ดังนั้น มนุษย์เราในฐานะพาร์ทเนอร์ของ AI ก็จำเป็นต้องเรียนรู้และเข้าใจทักษะดังกล่าวด้วยเช่นกัน



ในฐานะคนทำงานยุคใหม่ เราต้องมอง AI และเทคโนโลยีดิจิทัลด้วยมุมมองใหม่ว่า สิ่งเหล่านี้กำลังจะเข้ามาเป็นเพื่อนร่วมงานของเรา เพราะพวกเขาสามารถช่วยลดภาระดิจิทัล (Digital Debt) หมายถึงภาระที่เกิดจากการเก็บสะสมข้อมูลที่มีมากเกินกว่าความสามารถในการจัดการและประมวลผลของมนุษย์ หากเราต้องใช้พลังงานไปกับเรื่องเหล่านี้มาก ๆ จะทำให้ความคิดสร้างสรรค์และประสิทธิภาพในการทำงานลดลงไปด้วย ดังนั้น การได้ AI มาเป็นพาร์ทเนอร์ (คนรู้ใจ) ของคนทำงานยุคใหม่ จะช่วยเติมเต็มศักยภาพการทำงานของมนุษย์ให้ดีขึ้นตามมาตรฐานมากขึ้น



The human race started watching AI development with concern, though, out of fear that AI may steal jobs from many people in the end. However, human users of AI usually realize that this technology offers what humans lack. So, in fact, AI can work alongside humans to drive business growth.

Effective AI application requires three main components: humans who develop and leverage AI capabilities, AI that is designed to support humans' work, and adaptation-ready organizations.

“DIGITAL PARTNERS” EMPOWER WORKING PEOPLE

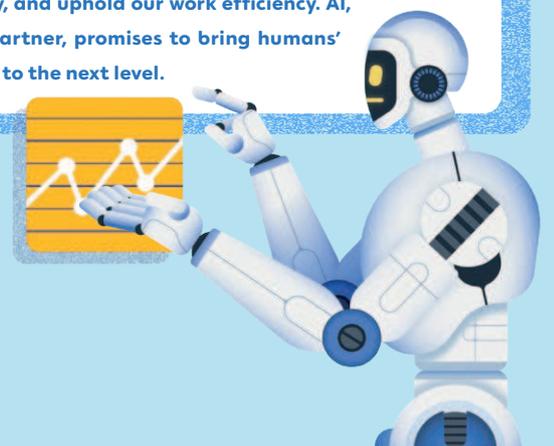
A study by Harvard University shows more than 1,500 companies have achieved better performance after integrating AI into work process. Organizations and people thus should support the appropriate use of AI, which can serve as “digital partners”. Greater efficiency and fruitful collaboration can happen when:

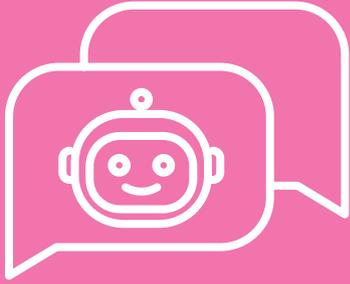
1. **Human:** AI should be trained in human thinking process so as to ensure they can act and feel just like humans.
2. **AI:** AI should raise its analytical and decision-making capabilities. Backed by information, it then can prevent problems and interact better with customers. As customer experience improves, so do brand and product image. Organizations will answer their target groups better too.
3. **Organizations:** Organizations should be flexible. They should fast adjust plans in response to changing contexts, with an open mind and integration of technology for human workforce's capability improvement.

ChatGPT, Gemini, Jasper, and Quillbot are examples of how AI can enhance work efficiency, and so are robots and autonomous systems for production lines and service delivery. AI also supports Quantum Computing as well as Green & Sustainable Technology.

Other digital technologies, such as the Internet of Things (IoT), Data Science, Virtual Reality (VR), and Cloud Computing, are also helpful. With Machine Learning, AI hones its analytical thinking, creativity, complex problem solving, and even emotional intelligence. Coupled with Computer Vision, AI understands images and VDO. To work alongside AI, humans therefore must learn and understand these things as well. 

As working people in the new era, we need to look at AI and digital technologies from a new perspective. We should see them as digital partners that will lower our digital debts. With them by our side, we can focus on other aspects of work, retain our creativity, and uphold our work efficiency. AI, the Digital Partner, promises to bring humans' performance to the next level.





บริการด้วยใจ
พร้อมใช้เทคโนโลยี
มัดใจลูกค้ายุคดิจิทัล

SERVICE MIND + TECH
TO IMPRESS DIGITAL-
AGE CUSTOMERS



จินดาภา ปรีชญางกูร
JINDAPA PREECHAYANGKON
CUSTOMER SERVICES DIRECTOR

เมื่อเทรนด์ดิจิทัลก้าวเข้ามามีบทบาทในสังคม การปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วเป็นเรื่องท้าทายทั้งกับองค์กร และพนักงาน a LOT ฉบับนี้ ชวนมาเปิดมุมมอง การปรับตัวให้ทันเทรนด์ดิจิทัลกับ พี่อ้อ - จินดาภา ปรีชญางกูร Customer Services Director ที่คลุกคลีกับลูกค้ามาตั้งแต่ลงพื้นที่ถึง หน้าประตูบ้าน จนถึงการนำ SCGP Contact Center มาใช้ในวันที่ AI เข้ามามีบทบาทมากขึ้น

As digital trends have been growing in society, enterprises as well as employees face the challenge of keeping pace with rapid changes. a LOT's interview with Mrs. Jindapa "Aor" Preechayangkoon, Customer Services Director of SCGP, reveals how our company has served our customers SCGP Contact Center. Today, it has even integrated AI (artificial intelligence).

ปรับโปรดัคต์รับเทรนด์ดิจิทัล

หลังศึกษาจบปริญญาโท MBA Marketing พี่อ้อได้เข้ามาร่วมงานกับ SCGP ในตำแหน่งนักวิจัยตลาด ที่สำนักงานวางแผน ต้องรู้จักสินค้าทุกประเภทของบริษัท ได้เรียนรู้ลูกค้าจากการออกไปวิจัยและสำรวจความพึงพอใจของตลาด หลังจากนั้น รับตำแหน่งผู้จัดการแผนกวางแผนและวิเคราะห์ตลาด บริษัทสยามคราฟท์อุตสาหกรรม จำกัด ก่อนมาทำหน้าที่ผู้จัดการส่วนบริการการตลาด จนปัจจุบันดำรงตำแหน่ง Customer Services Director

"ขอบเขตงานในปัจจุบันคือ บริหารคำสั่งซื้อของลูกค้าของ SCGP ดูแลงานวางแผนสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ประสานงานกับหน่วยงานวางแผนการผลิต เพื่อผลิตสินค้าให้ได้ตามแผนงานที่วางไว้ ดูแลระบบงานขายทุกช่องทาง ประสานงานกับหน่วยงาน Strategic Supply Chain, Advanced Data Science และ Information Technology เพื่อปรับระบบงานขายให้สอดคล้องกับคำสั่งซื้อของลูกค้า ในยุคดิจิทัลที่เข้ามาอย่างรวดเร็ว และส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าได้ตรงตามความต้องการ

"เทรนด์ดิจิทัลที่เข้ามาในช่วงแรกนั้น ส่งผลกระทบต่อธุรกิจเราอย่างชัดเจน ปริมาณความต้องการใช้กระดาษของตลาดลดลง สิ่งพิมพ์เดินทางไปสู่ทิศทางดิจิทัลมากขึ้น เราต้องหาโปรดัคต์ใหม่เข้ามาเพื่อปรับธุรกิจของเราให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง ตอนนั้นเรามองไปที่สินค้าประเภทกระดาษ Food Grade บรรจุภัณฑ์อาหาร Foodservice Packaging ส่วนช่องทางการจำหน่าย เราได้เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น จากลูกค้า B2B ก็ขยายสู่ B2C จนปัจจุบันเราขยายการจำหน่ายไปสู่ช่องทางออนไลน์ และ e-Commerce ถือเป็น Transformation ยุคดิจิทัลรูปแบบหนึ่ง"

AI ช่วยอ่านใจลูกค้า บริการได้รวดเร็วตรงใจ

“สิ่งที่แตกต่างจากเดิมคือ จำนวนลูกค้าของ SCGP เยอะขึ้น ทั้ง B2B, B2B2C, B2C, Retail Sales และ e-Commerce ปริมาณการสั่งซื้อสินค้าต่อคำสั่งซื้อเล็กลงและมีความหลากหลายมากขึ้น ดังนั้นระบบการขายต้องตอบสนองลูกค้าได้ทุกช่องทาง ตรงตามความต้องการ และรวดเร็ว ขณะเดียวกันระบบหลังบ้านก็ต้องสามารถเห็นสถานะของสินค้า ตั้งแต่อยู่ในกระบวนการผลิตไปจนถึงส่งมอบถึงมือลูกค้าได้

“ที่มองว่าต่อจากนี้ไป AI จะถูกนำมาใช้งานมากขึ้น เช่น ระบบ Robotic Process Automation (RPA) ที่ถูกออกแบบมาเพื่อทำงานตามขั้นตอนต่าง ๆ หรือเทคโนโลยี Optical Characteristic Recognition (OCR) ซึ่งช่วยแปลงภาพ (Image) เป็นตัวอักษร (Text) และนำเข้าระบบ ได้ถูกนำมาใช้เพื่อช่วยลดภาระงานและลดข้อผิดพลาดในงานที่ต้องทำซ้ำ เมื่องานเหล่านั้นสำเร็จได้อย่างรวดเร็ว พนักงานก็จะสามารถมุ่งเน้นงานด้านกลยุทธ์และความคิดสร้างสรรค์ได้มากขึ้น หรือการใช้ Chatbot ช่วยลูกค้าค้นหาข้อมูลสินค้า ช่วยตอบคำถามที่ไม่ซับซ้อนด้วยข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ และคาดว่าในอนาคตการทำงานของ AI จะเข้ามาช่วยให้มีความเข้าใจลูกค้าได้มากขึ้น สามารถวิเคราะห์ข้อมูลและสื่อสารกับลูกค้าเฉพาะเจาะจงเป็นรายกรณี โดยใช้ Humanized Chatbot (ML/AI) เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการมากขึ้น ซึ่งจะช่วยลด Workload พนักงาน และให้บริการลูกค้าได้รวดเร็วตรงความต้องการมากขึ้น

“แม้ว่าเทคโนโลยีดิจิทัลจะช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่จะเป็นเพียงส่วนเสริมให้การทำงานของพนักงานมีประสิทธิภาพเท่านั้น คงไม่สามารถเข้ามาแทนที่คนได้ เพราะการแก้ปัญหาที่มีความซับซ้อนและการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้านั้น พนักงานยังเป็นส่วนสำคัญที่ AI หรือเทคโนโลยีไม่สามารถทำได้ อย่างไรก็ตาม Customer Services ที่มี AI เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล จะช่วยจัดการปัญหาและข้อมูลที่ซับซ้อนได้อย่างแม่นยำ มีประสิทธิภาพ นำไปสู่การตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าได้ ความสัมพันธ์กับลูกค้าก็จะแข็งแกร่งมากขึ้นด้วย”

โลกเปลี่ยนไป ต้องปรับให้ไวกว่า

“SCGP ให้ความสำคัญกับการปรับตัวในเรื่องนี้อย่างมาก นอกจากจะมีหน่วยงาน Technology and Digital Platform (TDP) ที่ช่วยสนับสนุนระบบงานต่าง ๆ แล้ว ยังมี Upskill และ Reskill พนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดพัฒนาการที่ไม่หยุดนิ่ง ขณะที่พนักงานก็ต้องศึกษาพื้นฐานและติดตามความก้าวหน้าของ AI และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องเพื่อปรับตัวและพัฒนาทักษะให้สามารถใช้งาน AI อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

“สิ่งสำคัญในการผลักดันให้พนักงานเรียนรู้เพื่อปรับตัวกับระบบงานที่นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้คือ การสื่อสาร เราต้องทำให้พนักงานเห็นว่าเทคโนโลยีมีความจำเป็นอย่างไร ช่วยให้เราทำงานได้ดีขึ้นอย่างไร ซึ่งการสื่อสารก็ต้องให้พนักงานมีส่วนร่วม ร่วมกันคิด และแบ่งปันประสบการณ์ เรียนรู้ และลงมือทำไปด้วยกัน โดยไม่ลืมนิ่งสำคัญคือการยึดลูกค้าและผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง

“หลักคิดในการทำงาน หรือการใช้ชีวิตของพื้นที่นั้น เราต้องเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา เพราะโลกมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เราต้องเปลี่ยนให้ทันที่หรือเร็วกว่า ซึ่งการลองสิ่งใหม่อาจเกิดความผิดพลาด เราก็เปลี่ยนเป็นบทเรียนเพื่อพัฒนาต่อ นื่อง ๆ ต้องมีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนวิธีทำงาน เปลี่ยนเรื่องซับซ้อนให้ง่ายขึ้น หัวใจ Lean Process การทำงานจะพัฒนาต่อยอดได้ตลอดเวลา และต้องมีความเชื่อมั่นในศักยภาพทีมของเราที่จะสนับสนุนกันและกัน เพื่อให้พัฒนาองค์กรต่อไปได้”



Product Changes in Response to Digital Trends

After receiving a master of business administration and marketing, Mrs. Jindapa joined SCGP as a market researcher. Based at the Planning Office, she learned about every product of the company and gathered customer insights via market surveys/research. She was later appointed the Planning and Market Analysis Manager at Siam Kraft Industry Company Limited. After her stint there, she returned to SCGP as its Marketing Services Manager. With further promotion, her current position is Customer Services Director.

“I am now in charge of managing customers' purchase orders. I am also planning products to ensure they match customers' needs. Product planning requires coordination with the production planning unit and all units related to selling platforms. I have even dealt with Strategic Supply Chain, Advanced Data Science, and Information Technology in support of SCGP's plan to fast handle purchase orders from digital-age customers for proper product delivery.

“The arrival of digital trends seriously affected our businesses in the beginning as it curbed paper demand. Noticing the trends, we developed new products like food-grade paper and foodservice packaging. We have even created new distribution channels to enhance access to consumers. Our customer base therefore has expanded from B2B to B2C. Today, we have operated online and e-Commerce channels, which are parts of our digital transformation.”

SERVICE MIND

Reading Customers' Mind with AI for Fast & Efficient Services

"The number of our customers has now increased through B2B, B2B2C, B2C, Retail Sales, and e-Commerce sectors. Purchase orders get smaller and more diverse, though. So, our selling system must be able to serve various groups of customers efficiently and fast. Our backdoor system must enable us to see the status of progress for each purchase order—from the production process to the delivery to customers.

"In my view, AI usage will increase. It will help more with Robotic Process Automation (RPA) and Optical Characteristic Recognition (OCR), which transforms images into text. Through such applications, workloads on human staff reduce and so does the risk of errors related to repetitive tasks. Jobs can also be done faster, paving the way for human staff to focus better on strategic and creative thinking. Backed by AI, chatbot not only supports customers' product searches and answers their simple questions. We expect AI to become more sophisticated and more understanding of customers' needs. Customized analytics and communications will be possible with Humanized Chatbot (ML/AI), which promise to not just ease human staff's workload further but also respond faster and better to customers' needs.

"Although digital technology has increased work efficiency, it won't replace humans. It can't compare to humans in terms of complex problem solving and ability to create customer satisfaction. AI only helps support customer services via data analytics. So, its integration into work process will satisfy customers and strengthen our customer relationships."

DIGITAL- AGE

“

Customer Services ที่มี AI เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล จะช่วยจัดการปัญหาและข้อมูลที่ซับซ้อนได้อย่างแม่นยำ มีประสิทธิภาพ นำไปสู่การตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าได้ ความสัมพันธ์กับลูกค้าก็จะแข็งแกร่งมากขึ้นด้วย

AI only helps support customer services via data analytics. So, its integration into work process will satisfy customers and strengthen our customer relationships.

”

Move Faster Than Changing World

"SCGP has set up Technology and Digital Platform (TDP) team to support work systems as we have adapted to the changing world. In addition, we have constantly upskilled and reskilled our staff. Our employees are expected to keep pace with evolving technologies including so that they can apply tech solutions for their work and organization.

"It is important to communicate with employees to boost their understanding of how crucial digital technology is for enhanced efficiency. We must encourage employees to participate in the improvement process. We need to nudge them to share ideas and experiences. We must learn and act together while embracing a customer or consumer-centric approach.

"My life/work philosophy is that one must keep learning because the world is always evolving. We must stay one step ahead or at least keep pace with what has been happening. Trials may go wrong but we can learn from mistake. We must be resilient and adaptive. We should try adjusting the work approach to simplify tasks. Let's look for a Lean Process and upgrade efficiency further. Have trust in our team and support one another. Together, we can drive our organization ahead." 





The **INSPIRING** 2023 INNOVATION

Innovation Everyone, Everywhere

ปีนี้นับเป็นปีที่ 4 แล้วสำหรับโครงการ The Inspiring Innovation 2023, Innovation Everyone, Everywhere ที่ SCGP ตั้งใจจัดขึ้นเพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงาน และสนับสนุนการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม ซึ่งทุกผลงานมีโอกาสนที่จะนำไปขยายผลต่อ ยอดในอนาคตได้ สร้างความประทับใจและหนักใจให้กับพี่ ๆ คณะกรรมการที่มาร่วมตัดสินเป็นอย่างมาก

The Inspiring Innovation 2023, Innovation Everyone, Everywhere marks the fourth edition of SCGP's innovation contest, which aims to empower staff and support the company's bid to become an innovative organization. All entries to the 2023 contest have solid potential for amplification and extension. Impressed judges therefore had quite a hard time choosing the best of the great innovations.

ผลงานในปีนี้มีมาจากหลากหลายสายธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งหมด 78 ผลงาน คัดเลือกเหลือ 23 ผลงานที่ผ่านเข้าสู่ Incubation program ที่เสริมหลักสูตรต่าง ๆ ให้กับทุกทีมเพื่อนำไปขัดเกลาผลงานให้เลียบคมและตอบโจทย์มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ธุรกิจ ตลอดจนสังคม รวมไปถึงทักษะการ Pitching เพื่อนำเสนอให้โดนใจกรรมการ

ในงาน Sharing & Recognition Day เต็มไปด้วยบรรยากาศของความมุ่งมั่น สนุกสนาน และพลังแห่งความสร้างสรรค์จากเหล่าผู้กล้า โดยประเภทของผลงานในปีแบ่งเป็น 4 ประเภทเพื่อให้สอดคล้องกับธุรกิจของ SCGP ได้แก่ Bio Solutions and Advance Materials, Industrial Design, Digitalization and Automation และ Sustainability and Recycling รางวัลที่ได้รับแบ่งออกเป็น 2 รางวัล คือ The Best จะได้รับโล่รางวัล พร้อมเงินรางวัล 300,000 บาท และรางวัล The Outstanding จะได้รับโล่รางวัล พร้อมเงินรางวัล 100,000 บาท

A total of 78 entries entered the contest this year. They were submitted by various businesses from not just Thailand but also overseas. Of these entries, only 23 sailed into the event's incubation program that helped each team sharpen their ideas and develop their solutions further for enhanced benefits to customers, businesses, and the public. Thanks to the program, participants also learned pitching skills to best impress judges.

At the Sharing & Recognition Day event, determination, fun, and creativity filled the air. Courageous pitchers made presentations via one of the four categories that resonated with SCGP's businesses, namely Bio Solutions and Advance Materials, Industrial Design, Digitalization and Automation, and Sustainability and Recycling.

There were two types of awards: The Best that comes with a plaque of honor and the cash prize of 300,000 Baht and The Outstanding that comes with a plaque of honor and the cash prize of 100,000 Baht.

THE BEST

DIGITALIZATION AND AUTOMATION

ทีม / Team: วันนีไม่ว่าง x2 / Wan Nee Mai Wang x2

ผลงาน / Project: "ColEx (Color Explorer) Total Solutions for Color Shade Management"

การตรวจสอบค่าสีพิมพ์ด้วย Master Prove ซึ่งเป็น Smart Engine ที่สามารถคำนวณและแยกแยะความแตกต่างของสีพิมพ์ได้ 100% เมื่อเทียบกับสายตามนุษย์ และ Finest Match ที่สามารถแนะนำสูตรสีที่เหมาะสมได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพได้ตรงตามที่คุณต้องการ

Thanks to these solutions, users can master prove color shades with the help of smart engines. They are able to fully distinguish different hues like human eyes. They also provide the finest match, which ensures colors can be mixed fast to get the shade one wants. Customers therefore get quality products based on their specifications.



THE OUTSTANDING

BIO SOLUTIONS AND ADVANCE MATERIALS



ทีม / Team: PerforMAX

ผลงาน / Project: ติดแน่น Speed up นวัตกรรมสารเติมแต่ง เติบอร์ดีเร็วฉ่ำแตร่ ตัวแม่แห่งวงการ / Innovative additives that increase adhesion and speed up the corrugated board production process สารที่ช่วยทำให้การยึดติดระหว่างแผ่นกระดาษดีขึ้น ช่วยรักษาคุณภาพของแผ่นลูกฟูก ลดความเสียหายในการผลิตกล่องลูกฟูก และยังเพิ่ม Productivity จาก Speed การทำงานที่มากขึ้นด้วย

This innovation glues layers of the board together better, thus upholding the quality of corrugated boards, reducing damages during box production, and enabling greater productivity via faster workflow.



ทีม / Team: PROBIO ACTIVE

ผลงาน / Project: Holis by SCGP Probio Active plus ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ที่มีทั้ง 3Ps, คือ Prebiotics โยอาหารที่เป็นอาหารจุลินทรีย์ Probiotics จุลินทรีย์ดีที่มีชีวิต และ Postbiotics สารทางชีวภาพที่ถูกสร้างขึ้นจาก Probiotics ซึ่งถูกพัฒนาให้รับประทานง่าย พกพาสะดวก มีรสชาติอร่อย

This dietary supplement contains 3Ps, namely Prebiotics or food fibers from microorganisms, Probiotics or beneficial living microorganisms, and Postbiotics or bio compounds that are developed from Probiotics. It is delicious, easy-to-eat, and portable.

INDUSTRIAL DESIGN



ทีม / Team: Alpha

ผลงาน / Project: APM Mechanical seal

Mechanical Seal รูปแบบใหม่ ติดตั้งได้ง่าย ปรับตามความต้องการของผู้ใช้ ซึ่งออกแบบและพัฒนาโดยทีม Mechanical Design and Development ที่มีประสบการณ์สูง และมีทีม After-Sale Service ให้คำแนะนำกับผู้ใช้หลังติดตั้งเสร็จ

This newly designed seal is easy to install and adjust to suit users' needs. Its designer is the Mechanical Design and Development team, which comprises highly experienced staff. The After-Sale Service team is also on hand to provide instructions to users right after installation.

DIGITALIZATION AND AUTOMATION



ทีม / Team: i-McSa

ผลงาน / Project: Intelligent Motor Signature Analysis

ระบบการตรวจสอบมอเตอร์โดยไม่หยุดกระบวนการผลิต และเพิ่มประสิทธิภาพด้วยการพัฒนา Hardware ที่เก็บค่ากระแสไฟฟ้าในระดับไมโครวินาที เพื่อนำมาวิเคราะห์ความเสียหาย และ Software ที่สามารถวิเคราะห์ความผิดปกติของค่ากระแสไฟฟ้าและแรงดันได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ และรวดเร็ว ทำให้วางแผนบำรุงรักษามอเตอร์ได้ดีขึ้น

This system can examine motors without the need to stop the manufacturing process. Its hardware records electricity consumption in microseconds for analyses, while software fast and accurately detects abnormal voltage and current levels. Maintenance plans for motors therefore can only get better.

SUSTAINABILITY AND RECYCLING



ทีม / Team: The Fest

ผลงาน / Project: Redi Pak

บรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารแช่เย็น อุ่นร้อน พร้อมทาน ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ 90% ผสมผสานกับพลาสติกที่ลดปริมาณการใช้ลงเหลือเพียง 10% ช่วยรักษาความสดและรสชาติของอาหาร โดยถาดขึ้นรูปสามารถย่อยสลายได้ภายใน 60 วัน และสามารถลอกแผ่นพลาสติกออกจากถาดอาหารนำมารีไซเคิลได้

This innovative packaging is designed for chilled ready meals, which will be good for eating right after heating. It is 90% made of recycled plastics and 10% new plastics. Yet, it can keep its content fresh and taste great. This molded tray can decompose naturally within 60 days. Its plastic layer can be removed and recycled.



ทีม / Team: Clixpak

ผลงาน / Project: Clixpak

เครื่องจักรที่ช่วยในการแพ็ค ที่ออกแบบให้เข้ากับรูปทรงสินค้า และบรรจุภัณฑ์กระดาษที่ถูกดีไซน์เฉพาะตัวสินค้ามีความแข็งแรง และสะดวกต่อการใช้งาน ตอบโจทย์ภาคอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแบบครบวงจร

This packing machine ensures packaging matches the shape of products. Chosen paper packaging is not just durable but also easy to use. It thus offers comprehensive solutions to the beverage industry.

SUSTAINABILITY AND RECYCLING



ทีม / Team: Upcycle
 ผลงาน / Project: Glassine ECO Paper
 กระดาษ Glassine รายแรกที่มีส่วนผสมของเยื่อรีไซเคิล ช่วยลดค่าใช้จ่ายการกำจัดขยะของลูกค้าจากการซื้อเศษ และลดต้นทุนการรีไซเคิลเศษเข้าสู่ระบบลงถึง 70% และลดปริมาณ Equivalent Carbon Footprint ได้มากกว่า 9%
 This is the first Glassine product to contain recycled fiber. Thus, it promises to lower customers' cost of waste disposal/recycling by 70% and equivalent carbon footprint by over 9%.

POPULAR VOTE



ทีม / Team: Shine Bright
 ผลงาน / Project: Transforming SCP into UKP
 การพัฒนาเยื่อไม่ฟอกให้มีความขาวสว่างขึ้น 20% 25% และ 30% เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการกระดาษที่มีเฉดสีแตกต่างกัน โดยรักษาต้นทุนการผลิตให้อยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันได้
 Unbleached wood fiber can become 20%, 25%, and 30% brighter thanks to this innovation, responding well to demand for paper in different shades. While brightness increases, prices remain competitive.



พี่วิชานู จิตรภักดี
 Mr. Wichan Jitpukdee
 CEO, SCGP



Innovation เป็นหนึ่งในวัฒนธรรมองค์กรที่เราต้องการสร้างขึ้น ซึ่งองค์กรที่เติบโตได้ นอกจากจะเก่งในธุรกิจหลักที่ตนเองทำแล้ว ยังต้องมีนวัตกรรมที่ทำให้ธุรกิจมีการขยายตัวขึ้น สร้างโอกาสไปสู่ธุรกิจใหม่ได้ The Inspiring Innovation เป็นเวทีให้กับพนักงานทุกระดับและทุกหน่วยงานได้แสดงศักยภาพ เรียนรู้ และนำเสนอเพื่อแลกเปลี่ยนต่อยอดทางธุรกิจร่วมกัน ซึ่งจะสร้างคุณค่าให้แก่องค์กร

Innovation is a part of our corporate culture. We have fostered innovations in support of corporate growth. To grow further, an enterprise can't be good at just operating its core businesses. It must develop innovations to expand its businesses and step into new business sectors. The Inspiring Innovation is the forum for our staff, no matter what level, from all our businesses to demonstrate their potential, learn more, share experiences, and develop some business solutions and value together for our own.



ที่ The Fest



ได้เรียนรู้การทำโปรเจกต์จากคำถามที่คณะกรรมการสอบถามทุกทีมในรอบ Pitching ซึ่งต้องมีข้อมูลรอบด้าน ทำให้รู้สิ่งที่เราขาดไปเป็นประโยชน์ในการนำไปปรับใช้ในการทำงานมาก

We have learned a lot about how to conduct a project from questions raised to all teams by judges during the pitching session. Now, we know what we lack and what we can apply to make our work better.



ที่ Eco Stretch



โครงการนี้เหมือนเป็นโรงเรียนพัฒนาทักษะที่ นอกเหนือจากงานประจำ ได้มีโอกาสทำงานร่วมกับพี่ๆหน่วยงานอื่น ได้รับคำแนะนำและความช่วยเหลือที่ทำให้เราได้พัฒนาศักยภาพตัวเองมากขึ้น

This project is very much like a school where we could hone our skills, on top of what we've learned from my work. Thanks to this project, I got opportunities to work alongside more senior staff from various units. With their advice and support, we improved our capabilities.



ส่องตลาดและทิศทาง SCGP สู่ธุรกิจวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีศักยภาพเติบโตสูง

SCGP DIRECTION TOWARDS HIGH-GROWTH MEDICAL SUPPLIES AND LABWARE MARKET



จากจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น การเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในหลายประเทศ และความสนใจในการดูแลสุขภาพของทั้งประชากรในประเทศและต่างประเทศ ทำให้ตลาดบรรจุภัณฑ์ด้านการดูแลสุขภาพและวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์เติบโตสูง โดยมีการคาดการณ์การเติบโตระหว่างปี 2023-2028 คาดว่าจะมีอัตรา CAGR อยู่ที่ 6.3% ตามรายงานล่าสุดจาก Expert Market Research, International Monetary Fund, and TU-RAC Interviews, Research, and Analysis นอกจากนี้ยังมีสินค้าที่สามารถทดแทน และคู่แข่งใหม่ในตลาดค่อนข้างต่ำ เพราะต้องการมาตรฐานและองค์ความรู้ที่เฉพาะทาง

ตลาดบรรจุภัณฑ์ด้านการดูแลสุขภาพและวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ จึงมีความน่าสนใจและเป็นโอกาสของผู้ผลิตที่มีศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์เข้ามารองรับความต้องการดังกล่าว ลองมาส่องถึงเทรนด์ของลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมนี้ ว่ามีหลักเกณฑ์การพิจารณาเลือกซื้อสินค้าจากใดบ้าง

As the global population grows and several countries become aged societies, healthcare has received more attention from people around the world. According to the Expert Market Research, International Monetary Fund, and TU-RAC Interviews, Research, and Analysis, the healthcare product/medical supplies and labware market is expected to have a compound annual growth rate of 6.3% between 2023 and 2028. Because this market is closely regulated, competition is just low to medium.

The healthcare product/medical supplies and labware packaging market therefore presents opportunities to capable manufacturers. Below are what customers are looking for from such packaging:

ปัจจัยสำคัญที่ลูกค้าเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ด้านการดูแลสุขภาพและวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์

- คุณภาพ** ลูกค้าให้ความสำคัญกับคุณภาพและฟังก์ชันการทำงานด้านการปกป้องและรักษาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการใช้งานของผู้บริโภคทั้งห่วงโซ่อุปทาน
- ความปลอดภัย** ลูกค้าต้องการโซลูชันบรรจุภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย ทั้งความปลอดภัยของสินค้าและความปลอดภัยของผู้ใช้งาน มีการเลือกใช้วัสดุและดีไซน์ที่ปลอดภัย เป็นไปตามมาตรฐานและข้อบังคับ สามารถป้องกันการปนเปื้อน และผ่านการฆ่าเชื้อที่เหมาะสม รวมทั้งการผสมผสานฟังก์ชันการใช้งานแล้วยังคงมั่นใจและไว้ใจได้
- ราคาเหมาะสม** ลูกค้าให้ความสำคัญในด้านเศรษฐกิจ โดยราคาต้องแข่งขันได้ และยังคงเพิ่มคุณค่าทั้งในด้านการใช้งาน การช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต และการส่งมอบสินค้า
- การขนส่งที่ง่าย** ลูกค้าให้ความสำคัญกับการขนส่งที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ใช้เวลาที่สั้น และมีกระบวนการขนส่งที่เหมาะสม ตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อลูกค้าจะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งมอบให้แก่ลูกค้าได้ โดยปัจจุบัน Leadtime ในการส่งมอบจะอยู่ที่ประมาณ 2-3 สัปดาห์
- อุปกรณ์อัจฉริยะ** เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ลูกค้าจึงสนใจโซลูชันบรรจุภัณฑ์ที่รวมคุณสมบัติอัจฉริยะ ด้วยการบูรณาการของเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น บล็อกเชน QR Code และบรรจุภัณฑ์อัจฉริยะ เพื่อพัฒนาระบบติดตามการตรวจสอบความถูกต้อง และการแบ่งปันข้อมูลตลอดวงจรชีวิตบรรจุภัณฑ์
- ความยั่งยืน** ลูกค้าให้ความสำคัญกับความยั่งยืนมากขึ้น เมื่อเลือกบรรจุภัณฑ์เพื่อสุขภาพ การมองหาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียน ซึ่งรวมถึงการลดปริมาณขยะ การใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการนำแนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืนไปใช้ตลอดวงจรชีวิตบรรจุภัณฑ์

KEY FACTORS BEHIND PURCHASE DECISIONS

- 1. Quality:** Customers place a high emphasis on quality and functionality when choosing healthcare packaging solutions. They aim to select packaging that efficiently safeguards and maintains the integrity of their products, guaranteeing their optimal condition throughout the entire supply chain.
- 2. Safety:** Customers require packaging solutions that prioritize the safety of both their products and consumers. They expect materials and designs that are free from any potential harm and meet stringent standards and regulations. This may include ensuring protection against contamination, implementing appropriate sterilization measures, and incorporating tamper-evident features to instill confidence and trust.
- 3. Economical:** Customers place significant importance on the economic aspect when selecting healthcare packaging solutions. They prioritize options that provide competitive pricing and demonstrate cost-effectiveness in terms of material utilization, production efficiency, and overall value proposition. However, the attractiveness of economies of scale in the healthcare packaging industry may be relatively lower compared to other industries.

4. Easy to Deliver: Customers highly appreciate packaging solutions that enable fast and efficient delivery. They prioritize packaging that is easy to handle, transport, and store. The ability to minimize lead times and optimize logistics processes is crucial in ensuring seamless operations throughout the supply chain. By focusing on these aspects, customers can enhance their overall efficiency and meet their delivery timelines effectively. Nowadays, the standard lead time is typically around 2-3 weeks.

5. Smarter: Due to technological advancements, customers are increasingly attracted to packaging solutions that incorporate smart features. This involves the integration of technologies like blockchain, QR codes, and intelligent packaging to improve product tracking, authentication, and information sharing throughout the packaging lifecycle.

6. Sustainable: Customers increasingly prioritize sustainability when choosing healthcare packaging solutions. They look for packaging that is recyclable, environmentally-friendly, and supports a circular economy. This includes reducing waste, using eco-friendly materials, and implementing sustainable practices throughout the packaging lifecycle. 

ปัจจุบัน SCGP ได้รุกเข้าสู่ตลาดวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ โดยเข้าถือหุ้นใน Deltalab, S.L. (Deltalab) ในประเทศสเปน ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการผลิตและจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ (Medical Supplies and Labware) และล่าสุดได้ลงทุนใน Bicappa Lab S.r.L. หรือ Bicappa Lab (บิคแอปปา) ซึ่งเป็นผู้ผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์และอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องปฏิบัติการ รวมถึงเป็นผู้เชี่ยวชาญการผลิตอุปกรณ์วิทยาศาสตร์ "ปิเปตต์ทิว" (Pipette tips) ในประเทศอิตาลี และเป็นรายใหญ่ในทวีปยุโรป โดยดำเนินการผ่าน Deltalab ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน SCGP ได้วางแนวทางในการดำเนินงานสำหรับธุรกิจวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ ดังนี้

SCGP has already entered medical supplies and labware market through its investment in Spain-based Deltalab, S.L. (Deltalab), which specializes in medical supplies and labware. Lately, SCGP has also invested in Bicappa Lab S.r.L. or Bicappa Lab via Deltalab. Headquartered in Italy, Bicappa Lab is a major manufacturer of medical supplies and labware including pipette tips. In response to customers' needs and in pursuit of sustainable growth, SCGP has laid down the following guidelines for its medical supplies business:



มุ่งสร้างความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับผู้จัดจำหน่ายที่มีศักยภาพ เพื่อการขยายตลาดได้อย่างรวดเร็ว เพื่อสร้างความแข็งแกร่งในธุรกิจ

Pursuing strategic collaborations with capable distributors so as to fast expand customer base and strengthen the business.



สร้างความร่วมมือกับสถาบันทางการแพทย์ ผนึกความสามารถผ่านการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และองค์ความรู้ซึ่งกันและกัน เพื่อร่วมกันพัฒนาและยกระดับวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์

Partnering with medical institutes for experience/knowledge sharing and joint development of upgraded medical supplies and labware.



พัฒนาวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำที่เหมาะสม เพิ่มขีดความสามารถในการผลิตและต่อยอดธุรกิจได้ทั้ง Value Chain

Developing medical supplies and labware from upstream to downstream sectors so as to increase production capacity and upgrade the business across the value chain.



ขยายสินค้าในอาเซียน รวมถึงการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา เพื่อพัฒนานวัตกรรมที่เพิ่มคุณภาพ ความปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ที่สามารถแข่งขันได้และมีความน่าเชื่อถือ เพื่อให้เกิดการเติบโตอย่างยั่งยืน

Enhancing product portfolio in ASEAN and investing in research & development to develop competitive innovations that not only boast greater quality, safety, and environmental friendliness but also win customer trust in support of sustainable growth.



ขยายฐานการผลิตบรรจุภัณฑ์และเครื่องจักร เพื่อสร้างโอกาสการเติบโตและสร้าง Ecosystem ในธุรกิจ

Expanding packaging production bases and boosting machinery to create growth opportunities and foster a proper business ecosystem.



CARE FOR ALL

Safety Everywhere, Every Time

วัฒนธรรมความปลอดภัย ห่วงใยซึ่งกันและกัน

SCGP ให้ความสำคัญในเรื่องของความปลอดภัย และการปลูกฝังพฤติกรรม การป้องกันอุบัติเหตุได้ โดยเริ่มต้นจากตัวเอง ต่อยอดและส่งต่อการสร้างวัฒนธรรม เพื่อความปลอดภัยแก่ผู้อื่น ด้วยการร่วมมือ และห่วงใยซึ่งกันและกัน (Care for All) สร้างสภาพแวดล้อมและสังคมที่ปลอดภัย เรียนรู้จากประสบการณ์ที่ผ่านมา เพื่อป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ รวมถึงส่งเสริม ความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่นอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

SCGP has attached importance to safety and accident-prevention behaviors. Therefore, it has encouraged its members to first focus on their safety and then Care for All. It is, after all, necessary to foster safe environment and community by learning from experience and promoting the sense of responsibility for one's and others' safety.



Care for All เป็นแนวคิดเพื่อส่งเสริมให้ทุกคนมีแนวทางในการปฏิบัติ เพื่อสร้างสังคมแห่งความปลอดภัยและเพิ่มความมั่นใจในการทำงาน ดังนี้

Care for All provides everyone with the guideline on how to create a safe community for all to work with greater confidence. Here is Care for All guidance:



1.

การปฏิบัติตามมาตรฐาน FOLLOW PROTOCOL

- เป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่กันและกัน
Set good examples for others to follow.
- ช่วยผู้อื่นให้ปฏิบัติตามมาตรฐาน
Support others' compliance with protocol.



2.

การพัฒนา สร้างความรู้ ความสามารถ ENHANCE KNOWLEDGE & ABILITIES

- เข้าร่วมกลุ่ม/เครือข่ายความปลอดภัย
Join safety group/network.
- สามารถสอน แนะนำผู้อื่นได้
Acquire the ability to guide and teach others.



3.

การให้คุณค่า VALUE THE FOLLOWING PRACTICES

- ช่วยกันหยุดความเสี่ยง
Join efforts to remove safety risks.
- แบ่งปันข้อมูลและให้คำแนะนำภายในทีม
Share information with/give advice to team members.
- ขยายผลมาตรการป้องกัน
Expand preventive measures.



4.

ความห่วงใย CARE

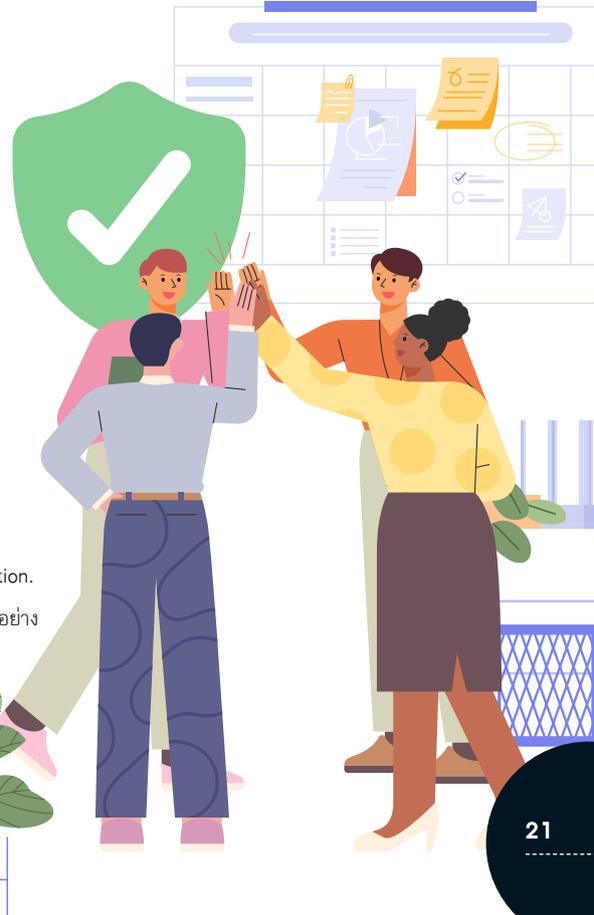
- กล้าที่จะตักเตือนผู้อื่น
Have the courage to warn others.
- แสดงความห่วงใยต่อผู้อื่น
Express caring concerns.
- ใส่ใจและดูแลผู้อื่นให้ปลอดภัย
Care for others and ensure their safety.



5.

ความสำเร็จ FOSTER SUCCESS

- ชื่นชมความสำเร็จของทีมงาน
Compliment every success of the team.
- สร้างความภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรแห่งความปลอดภัย
Be proud to be a part of a safe organization.
- ส่งต่อเรื่องราวความสำเร็จให้แก่ผู้อื่นเพื่อเป็นแบบอย่าง
Share success stories to inspire others.



**“Care for All” ความปลอดภัยสร้างได้จากทุกคน...
มาร่วมกันสร้างความปลอดภัยทุกที่ ทุกเวลา**

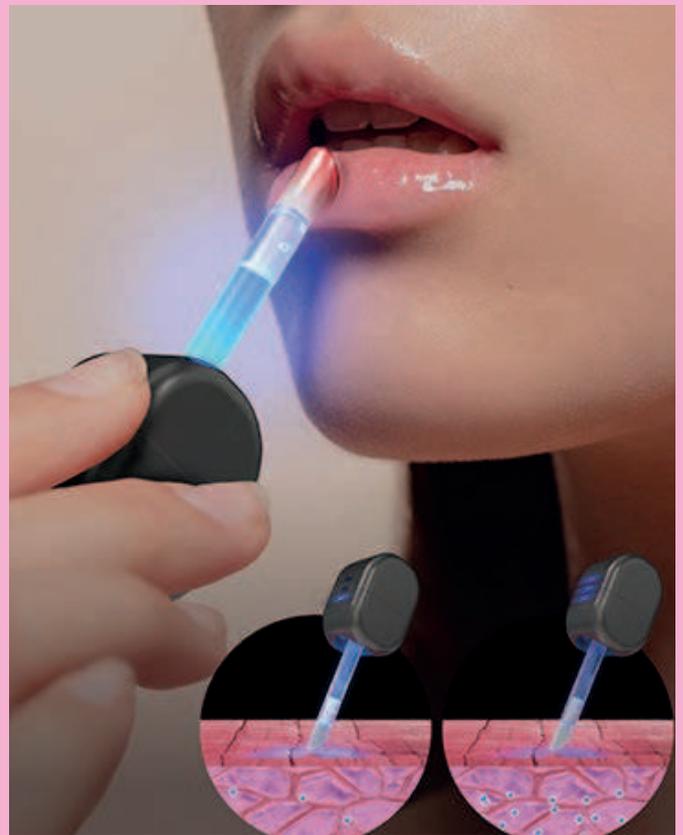
**“Care for All” creates safety for everyone...
Let's foster safety anytime, anywhere.**

SMART LIPSTICK

ลิปสติกอัจฉริยะ

วิเคราะห์ บำรุง และเติมสีส้นในแท่งเดียว

FOR LIP DIAGNOSIS, NOURISHING, AND COLORING



เคยไหมที่ตื่นเช้ามาแล้วรู้สึกปากแห้งจนเสียความมั่นใจ โดยเฉพาะคนที่รักสวยรักงาม หากริมฝีปากชุ่มชื้น ดูสุขภาพดี ย่อมเพิ่มความมั่นใจไปกว่าครึ่ง ถ้าไม่อยากกังวลเรื่องริมฝีปาก นวัตกรรมล่าสุดอย่าง “Lipcure Beam” ช่วยคุณได้

If your confidence sinks low in the morning because of parched lips, “Lipcure Beam” promises to do the magic. To beauty-conscious women, healthy lips can be a big boost to their confidence.

UNIVERSAL COLOR

เพิ่มความสวย เก่งเดี่ยวครบ จบทุกปัญหา

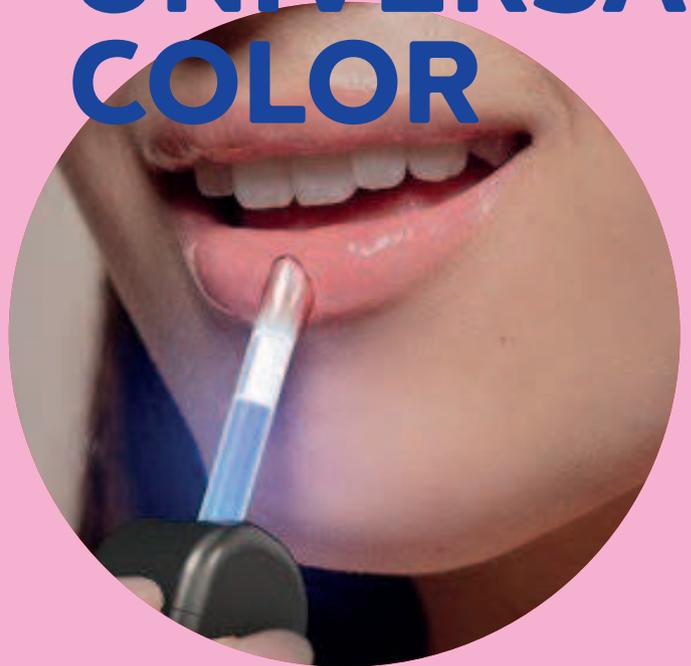
นับเป็นไอเทมสุดไฮเทคที่ทันสมัยที่วงการความงามไม่น้อยเลยทีเดียว เมื่อที่มวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ Amorepacific บริษัทผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมเพื่อความงามจากเกาหลีใต้ เปิดตัว Lipcure Beam ลิปสติคอัจฉริยะแห่งแรกของโลกที่ทำงานได้ถึง 3 รูปแบบคือ อุปกรณ์วิเคราะห์สภาพริมฝีปาก ลิปสติคบำรุงปาก และเมกอัพเพิ่มสีสันทันทีในแท่งเดียว จนคว้ารางวัล Consumer Electronics 2024 (CES 2024) Innovation Award ในหมวดนวัตกรรมเพื่อสุขภาพและความงามมาครองได้สำเร็จ

ภายนอกของ Lipcure Beam ดูเหมือนลิปสติคแบบเหลวในขวดเล็ก ๆ ที่มาพร้อมฝาปิดและก้านแปรงทั่วไป แต่ที่ไม่ธรรมดาคือ เทคโนโลยีซึ่งซ่อนอยู่ภายใน โดยบนฝาปิดมีเซ็นเซอร์ที่สามารถวิเคราะห์สภาพริมฝีปากได้อย่างแม่นยำ เพียงนำไปสัมผัสกับริมฝีปาก เซ็นเซอร์ที่ซ่อนอยู่จะเช็คระดับความชุ่มชื้นได้ทันที และเมื่อเปิดฝาดึงก้านแปรงออกมาทาลงไปบนปาก ตัวแปรงจะปล่อยแสงรังสีที่ช่วยบำรุงริมฝีปากออกมาอย่างพอเหมาะ สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์จากเซ็นเซอร์ที่เช็คไปก่อนหน้า ซึ่งทางบริษัทผู้ผลิตอธิบายว่าแสงที่ปล่อยออกมานั้นตอบสนองต่อไรโบฟลาวิน (Riboflavin) หรือวิตามินบี 2 ซึ่งมีอยู่ตามธรรมชาติได้ดีมาก ช่วยเสริมสร้างคอลลาเจน กักเก็บความชุ่มชื้น และป้องกันริ้วรอย ผิวปากจึงแข็งแรง นุ่ม สุขภาพดี และดูอ่อนกว่าวัย หากใช้เป็นประจำ

นวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความงามของทุกคน

Lipcure Beam สร้างสรรค์ขึ้นภายใต้ความตั้งใจที่อยากจะมอบความพึงพอใจสูงสุดด้านสุขภาพและความงามให้แก่ลูกค้าเฉพาะบุคคล โดยออกแบบให้มีขนาดกะทัดรัด ง่ายต่อการใช้งานและพกพาสะดวก มีสีสันทันทีหลากหลายในเฉดมาตรฐานหรือ Universal Color ตอบโจทย์ทุกช่วงวัย และลงตัวกับทุกสีผิว ที่สำคัญยังคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ด้วยการใช้แบตเตอรี่ที่มีอายุการใช้งานยาวนาน ซึ่งช่วยลดการก่อขยะได้อีกด้วย

สำหรับใครที่อยากพิสูจน์เทคโนโลยีสุดล้ำของ Lipcure Beam อดใจรอกันอีกนิด เพราะ Amorepacific ไม่ปล่อยให้คนรักสุขภาพและความสวย ต้องคอยนานอย่างแน่นอน



GET MORE BEAUTIFUL WITH TOTAL SOLUTION

Developed by South Korea's Amorepacific, Lipcure Beam has shaken the beauty industry. It is the world's first smart lipstick that can serve three functions – analyzing, nourishing, and coloring lips. The revolutionary product has just won Consumer Electronics Show 2024 (CES 2024) Innovation Award in the innovation for health/beauty category.

At first glance, Lipcure Beam looks like a common liquid lipstick. But at a closer look, it is packed with innovative features. Its sensor-equipped cap can check the moisture level of lips. So, when a user later presses the applicator on her lips, it will release an appropriate amount of UV rays to stimulate Riboflavin or Vitamin B2. Lips will then have more collagen and retain moisture better, paving the way for them to be healthy, soft, and free from wrinkles. With regular use, women will have the lips that look younger than their actual age.

BEAUTY INNOVATION FOR EVERYONE

Lipcure Beam is designed to deliver maximum satisfaction to customers in a customizable way. This innovation is compact in size and highly portable. Available in various universal colors, it promises to answer users of all ages and complexions. Designed with environmental care in mind, Lipcure Beam integrates a heavy-duty battery to ensure its long use life. Such integration is one effective way to reduce waste generation.

If you are interested in Lipcure Beam, please wait a bit. Amorepacific definitely will not let beauty/health lovers wait long for its launch. 

LIPCURE BEAM





AI ตัวช่วยเกษตรกรรมอัจฉริยะ

AI: FARMER'S SMART SOLUTIONS

มาถึงวันนี้คงยากจะปฏิเสธว่า เทคโนโลยี AI (Artificial Intelligence) หรือปัญญาประดิษฐ์ กำลังมีบทบาทสำคัญต่อโลกของเราทุกด้าน แม้แต่ด้านเกษตรกรรมที่หลายคนมองว่าต้องพึ่งพาธรรมชาติและอาศัยแรงงานคนเป็นหลัก ปัจจุบันมีการนำ AI เข้ามาเป็นตัวช่วยในการทำเกษตรอัจฉริยะหรือ Smart Agriculture เพื่อพัฒนาและยกระดับประสิทธิภาพการทำเกษตรกรรมให้ดีขึ้น ทั้งในแง่ของคุณภาพ ปริมาณ และมาตรฐาน ซึ่งแน่นอนว่าจะส่งผลในเชิงบวกต่อเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิตของผู้คน และสิ่งแวดล้อมโดยตรง

Today, it is hard to dispute the fact that AI (Artificial Intelligence) is going to play a big role in all fields of the world. Even the labor-intensive agricultural industry has already integrated AI for Smart Agriculture. Designed to develop and upgrade farming efficiency quantitatively and qualitatively, the AI-enabled solutions promise to make positive impacts on the economy, quality of life, and the environment.

ลดการใช้สารเคมี แก้ปัญหาแมลงและโรคพืช

การทำเกษตรกรรมแบบดั้งเดิมนั้น มักจะแก้ปัญหาด้วยการพ่นยาฆ่าแมลง และใช้สารเคมีป้องกันโรคพืชซึ่งเป็นอันตรายต่อตัวเกษตรกรและผู้บริโภค อีกทั้งยังกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ดิน น้ำ ระบบนิเวศ แต่ด้วยเทคโนโลยี AI จะช่วยลดความเสี่ยงในการสูญเสียผลผลิต รวมถึงลดการใช้สารเคมี เพราะสามารถตรวจวิเคราะห์ศัตรูพืชได้อย่างรวดเร็ว และจำแนกโรคพืชได้อย่างแม่นยำ

ตัวอย่างเช่น การใช้หุ่นยนต์ SentiV ตรวจสอบตำแหน่งของปัญหาวัชพืชและโรคพืชในสหรัฐอเมริกา ช่วยให้เกษตรกรควบคุมศัตรูและโรคพืชได้อย่างทันที่หรือแอปพลิเคชัน Tumaini ที่ตรวจวิเคราะห์โรคพืชได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยใช้เพียงภาพถ่ายของพืชที่เกิดโรคให้ AI ทำการเปรียบเทียบจากฐานข้อมูลกว่า 50,000 รูป เพื่อวิเคราะห์และแสดงผลการวินิจฉัย พร้อมมาตรการการดูแลรักษาและควบคุมที่เหมาะสม ทำให้เกษตรกรสามารถเจาะจงการใช้สารเคมีได้อย่างพอเหมาะ สร้างความปลอดภัยตลอดห่วงโซ่การผลิตและลดความเสี่ยงจากการปนเปื้อนก่อนถึงมือผู้บริโภค

ผู้ช่วยในการเก็บเกี่ยว หมอดปัญหาด้านแรงงาน

บทบาทของ AI ในภาคเกษตรกรรมที่เริ่มเห็นชัดมากขึ้นเรื่อยๆ คือ การใช้หุ่นยนต์และ AI เพื่อทดแทนแรงงานคน ทั้งการหว่านเมล็ด ปลูกต้นกล้า การดูแลกำจัดศัตรูพืช และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง หุ่นยนต์เพื่อการเก็บเกี่ยวผลผลิตแบบอัตโนมัติ ซึ่งทำงานได้เร็วภายในเวลาที่กำหนด มีความแม่นยำสูง ช่วยให้เก็บเกี่ยวพืชผลได้ปริมาณที่มากขึ้น

ประเทศที่พัฒนาด้านนวัตกรรมด้านนี้อย่างรวดเร็วคือ ญี่ปุ่น ที่ปัจจุบันเริ่มใช้หุ่นยนต์ระบบ AI เก็บเกี่ยวผลผลิตทางการเกษตรต่างๆ อาทิ แตงกวา มะเขือเทศ ฯลฯ โดยหุ่นยนต์เก็บเกี่ยวผลผลิตแบบอัตโนมัติที่ใช้งานในปัจจุบัน จะใช้กล้องควบคู่กับเทคโนโลยี AI ตรวจสอบและวิเคราะห์ว่า พืชผลพร้อมสำหรับการเก็บเกี่ยวหรือไม่ ทั้งยังสามารถกำหนดรูปแบบการเก็บเกี่ยว การจัดเรียงลงกล่อง และกำหนดให้วางตำแหน่งแขนในการเก็บเกี่ยวอย่างเหมาะสม เพื่อหลีกเลี่ยงไม่ให้ลำต้นของพืชเสียหายได้ด้วย นับเป็นเทคโนโลยีที่ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพไม่ต่างจากแรงงานคนเลยทีเดียว

คาดการณ์ผลผลิต ตลาด และราคา เพื่อลดความเสี่ยง

ด้วยความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลปริมาณมากและประมวลผลได้อย่างแม่นยำ จึงทำนายผลผลิต พยากรณ์ผลกระทบที่เกิดจากสภาพอากาศ และคาดการณ์ราคาล่วงหน้าได้ ช่วยให้เกษตรกรวางแผนการเพาะปลูกและเก็บเกี่ยวผลผลิตออกสู่ตลาดอย่างเหมาะสม ดังเช่นเกษตรกรในแคนาดาที่ใช้หุ่นยนต์ Solix Ag ประมวลผลข้อมูลระบบนิเวศและสภาพอากาศแบบเรียลไทม์เมื่อสภาพแวดล้อมในพื้นที่เพาะปลูกเปลี่ยนแปลงไป เพื่อบริหารจัดการการเพาะปลูกให้ได้ผลผลิตที่ดี นอกจากนี้หากใช้เป็นและใช้ให้เกิดประโยชน์ AI จะช่วยให้เกษตรกรวางแผนกลยุทธ์การผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตให้มากขึ้น และลดต้นทุนการผลิตในระยะยาว เรียกได้ว่าเป็นเครื่องมือที่จะช่วยยกระดับและพลิกโฉมภาคเกษตรกรรมไปสู่การเกษตรสมัยใหม่อย่างแท้จริง

CURBING CHEMICAL USAGE, SOLVING PEST & PLANT DISEASES

Traditional farming usually relies on pesticides or chemicals, which are in fact harmful to farmers, consumers, and the environment. With AI, farmers will be able to curb not just yield-loss risks but also chemical usage because AI-enabled solutions fast analyze pests as well as plant diseases.

In the United States, SentiV robots fast identify spots affected by pests and plant diseases. Farmers therefore can respond quickly to the problems. Users of Tumaini application, meanwhile, can tell farmers what disease their plants are facing with just one photo. After farmers upload the photo, the app compares it with more than 50,000 images in its database before rapidly providing diagnosis and advice. Farmers thus can use chemicals just moderately for the safety of everyone in the production chain. Consumers will have a lower risk of contaminated crops too.



AI-CONTROLLED HARVESTERS: NO MORE PROBLEMS ABOUT HUMAN FARMHANDS

AI role in the agricultural industry has clearly been growing with AI-controlled robots replacing human farmhands in the activities of sowing seeds, planting seedlings, tending to plants, getting rid of pests, and harvesting. Robots can quickly harvest yield at a great accuracy rate, thus boosting farms' productivity.

Japan ranks among the countries that are fast developing AI innovations for smart agriculture. In Japan, AI-controlled robots can collect various types of crops including cucumber and tomato. Equipped with a camera and AI, these robots can check which pieces are ready for harvesting. Users just need to configure settings about harvesting, packing, and positioning to ensure their robots know which pieces are ready for harvesting and how to avoid damaging plants. Indeed, these robots can work in the place of human farmhands.

FORECAST OF YIELDS, MARKET CONDITIONS, AND PRICES TO LOWER RISKS

With Big Data analytics and impressive processing capabilities, AI can accurately predict yields based on weather forecasts. It can also estimate future crop prices, helping farmers to plan their farming and harvesting better. In Canada, farmers use Solix Ag to process ecological and weather data real-time in support of their farm management and better yield. If farmers learn to utilize AI, they will be able to increase production efficiency and competitiveness while lowering production cost in the long run. Simply put, AI promises to upgrade and revolutionize agriculture.

ตัวอย่าง AI ในภาคการเกษตรไทย/AI Applications in Thailand's Agricultural Sector



RICULT

ดิจิทัลโซลูชันสำหรับเกษตรกรที่นำเทคโนโลยี AI และ Machine Learning รวมถึงภาพถ่ายดาวเทียมมาช่วยพัฒนาคุณภาพผลผลิต ตั้งแต่การวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมกับพื้นที่ปลูก พยากรณ์อากาศและปริมาณน้ำในรอบปี จำนวนต้นกุนทำไร่ที่คาดการณ์ อีกทั้งยังสามารถติดตามการเจริญเติบโตด้วยดาวเทียมตลอดฤดูกาล

This digital solution has integrated AI, Machine Learning, and satellite images for productivity enhancement. It recommends crops suitable for a target area, predicts weather conditions and water supply based on data of the past year, as well as calculates costs and profit. Better still, it can monitor plant growth throughout the farming season via satellite connections.



EASYRICE

แพลตฟอร์มวิเคราะห์เมล็ดข้าวด้วย AI ซึ่งทำได้อย่างรวดเร็ว แม่นยำ เชื่อถือได้ และยังสามารถวิเคราะห์พื้นที่เพาะปลูกด้วยภาพถ่ายดาวเทียม ว่าพื้นที่แบบไหนเหมาะสมกับการเพาะปลูกแบบใด อีกทั้งยังคาดการณ์เบื้องต้นได้ว่าข้าวที่ปลูกในพื้นที่จะได้ราคาทำไร พร้อมคำแนะนำในการปลูกข้าวให้ได้คุณภาพ

This AI-enabled platform analyzes rice seeds in a fast, accurate, and reliable manner. It can also determine which crops, based on satellite images, are suitable for each area shown on the map. With this platform, users can also predict how much they will earn from paddy fields and receive advice on how to grow quality rice.



MANGO AI

แอปพลิเคชันที่ช่วยเปลี่ยนชาวสวนมะม่วงเป็นเกษตรกรอัจฉริยะ ด้วยระบบแจ้งเตือนสภาพอากาศให้สามารถวิเคราะห์ผลกระทบจากปริมาณน้ำฝน ความชื้นสัมพัทธ์ และความชื้นในดินแบบเรียลไทม์ เพื่อประเมินและป้องกันความเสียหายของผลผลิตที่อาจเกิดขึ้นได้ทันท่วงที

This application promises to turn mango farmers into smart farmers, via its weather-forecast notifications and predictions about impacts from rainfall, relative humidity, and moisture level in the soil. Informed farmers can then evaluate the situation and prevent damage to crops in a timely manner. 





Scan QR Code เพื่อชมวิดีโอสัมภาษณ์
Scan QR Code for the interview

ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยเทคโนโลยี และดูแลสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกัน

DRIVE BUSINESS WITH TECHNOLOGY AND ENVIRONMENTAL CARE

การดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ต้องคำนึงถึงสังคม และชุมชนให้อยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข อีกหนึ่งแนวคิดสำคัญที่คุณรัชชัย ปิยะกุลชัยเดช กรรมการผู้จัดการ บริษัท ยูไนเต็ด คอนเทนเนอร์ จำกัด ใช้ในการดำเนินงานนอกเหนือจากการส่งมอบคุณภาพเพื่อตอบใจลูกค้า

Successful business operations require considerations for society and communities to pave the way for happy co-existence. This is the work philosophy of Mr. Thatchai Piyakulchaidet, Managing Director of United Container Company Limited. His company therefore does much more than just delivering quality to customers.



โฟกัสที่กลุ่มเป้าหมาย แล้วก้าวไปข้างหน้า

จากธุรกิจครอบครัวที่คุณพ่อและคุณแม่ก่อตั้ง โดยใช้พื้นที่บ้านละแวกลาดพร้าว - บางกะปิ ที่มีพนักงานเพียงหนึ่งคนเท่านั้น ผลิตด้วยมือเกือบทั้งหมด และค่อย ๆ เติบโตขึ้นจนกระทั่งปี 2535 ได้ขยายขยายมาตั้งโรงงานที่ปทุมธานีในปัจจุบัน

“ยูไนเต็ด คอนเทนเนอร์ เราให้บริการเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์กระดาษลูกฟูกเป็นหลัก โดยโฟกัสไปที่ลูกค้ากลุ่มที่มีความต้องการสินค้าคุณภาพสูง และต้องการผู้ส่งมอบที่มีความน่าเชื่อถือ ตัวอย่างเช่น กลุ่มผู้ส่งออกอาหารแปรรูป ผู้ส่งออกชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งกลุ่มเหล่านี้เป็นกลุ่มที่ต้องการความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์เป็นพิเศษ ระบบการจัดการคุณภาพและการส่งมอบที่น่าเชื่อถือ และบริการที่รวดเร็ว ตรงเวลา

“เมื่อเรามีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน การจัดการโรงงาน การเลือกสรรเครื่องจักรและวัตถุดิบเข้ามาใช้ ก็ต้องทำให้สอดคล้องกับความต้องการดังกล่าว เราค้นพบว่า กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับการทำธุรกิจที่สุดคือ การโฟกัสกลุ่มธุรกิจเฉพาะ และเจาะลึกไปในกลุ่มที่เราเชี่ยวชาญด้านใดด้านหนึ่ง เพื่อให้เข้าถึงลูกค้า รับฟังสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้มากขึ้น และส่งมอบสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด”

อัปเดตเทคโนโลยี พัฒนาบุคลากร เพื่อส่งมอบสินค้าคุณภาพ

ธรรมชาติของธุรกิจปกติก็ต้องมีการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา การดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนได้นั้น ไม่ว่าอย่างไรคุณภาพก็ต้องมีความสำคัญเป็นสิ่งแรก และมากไปกว่านั้น การเข้าป้อนในใจลูกค้าได้ มาจากการบริหารจัดการภายในองค์กร ให้พร้อมตอบโจทย์ทุกความต้องการที่เข้ามา

“ความท้าทายในงานของเราคือ การจัดการออร์เดอร์ที่หลากหลายโดยไม่ผิดพลาด ทำให้ธุรกิจของลูกค้าเราสามารถแข่งขันได้ในตลาดด้วยการทำงานแบบ Custom Made งานที่ลูกค้าส่งมาแทบจะไม่มีซ้ำกันเลยในแต่ละวัน และเรามีหน้าที่ส่งมอบให้ทันเวลา เพราะ Pain Point ของลูกค้ากลุ่มส่งออกคือ มีกำหนดเวลาที่ชัดเจนในการนำสินค้าเข้าตู้คอนเทนเนอร์เรือ เราดูแลแก้ปัญหาส่วนนี้ให้ลูกค้าได้รู้สึกเบาใจ และเอาเวลาไปโฟกัสกับงานด้านอื่น ๆ ได้เต็มที่

“ส่วนตัวผมมีพื้นฐานเป็นวิศวกรและโปรแกรมเมอร์ ผมมี Passion ในการเขียนโปรแกรมตั้งแต่เริ่มมาช่วยงานคุณพ่อที่โรงงานตั้งแต่เด็ก ๆ ซึ่งเราค้นพบว่าการพัฒนาซอฟต์แวร์เพื่อใช้แก้ปัญหาต่าง ๆ ในโรงงานนั้นได้ผลดีมาก เราจึงไม่เคยหยุดการพัฒนาซอฟต์แวร์ และการนำระบบไอทีเข้ามาช่วยบริหารจัดการ

“เราสร้างคามยั่งยืนด้วยการติดตามเทคโนโลยีการพัฒนาซอฟต์แวร์ใหม่ ๆ แล้วนำมาประยุกต์ใช้ สร้างซอฟต์แวร์เฉพาะหน้างานของตัวเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดโอกาสที่จะเกิดปัญหาในการทำงาน และไม่ต้องพึ่งพาความเชี่ยวชาญเฉพาะบุคคลเพียงอย่างเดียว ตัวอย่างเช่น ที่โรงงานเรามีระบบบันทึกผลผลิตแบบเรียลไทม์ โดยที่พนักงานไม่ต้องคอยกรอกข้อมูลเอง ทุก ๆ ออร์เดอร์การผลิต ระบบสามารถเก็บบันทึกวันเวลาที่เริ่ม/หยุดผลิต จำนวนที่ผลิตได้ สถิติการหยุดเครื่อง และความเร็วในการผลิต ข้อมูลเหล่านี้ถูกบันทึกโดยระบบคอมพิวเตอร์อัตโนมัติทั้งโรงงาน และเราสามารถนำมาต่อยอดในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาการผลิต เพิ่มผลผลิต ลดของเสียได้อย่างต่อเนื่องครับ

“ในด้านเครื่องจักรและเทคโนโลยีการผลิต เราก็มีการอัปเดตเทคโนโลยีหรือเครื่องจักรใหม่ ๆ อยู่เสมอ นอกจากนั้น วัตถุดิบต่าง ๆ ที่เข้าสู่กระบวนการผลิตจะต้องได้คุณภาพและมาตรฐานที่ดีเพียงพอ รวมถึงการลดของเสียเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน เพื่อแข่งขันได้ในตลาดได้ด้วย

“สำหรับโรงงานของเรา บุคลากรคือหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ เราเชื่อในธรรมาภิบาลของการดูแลบุคลากร เรามีนโยบายหลายส่วนที่คอยปรับปรุง

ระบบสวัสดิการ สวัสดิภาพ และคุณภาพชีวิตของพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพราะเราเชื่อว่า ถ้าพนักงานมีความสุข สิ่งเหล่านี้จะถ่ายทอดสู่ผลงานขององค์กร และทุกคนจะช่วยกันขับเคลื่อนไปพร้อม ๆ กัน”

ดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

“ที่ผ่านมาเราให้ความสำคัญเรื่องสิ่งแวดล้อมค่อนข้างมาก เราเชื่อในการดำเนินธุรกิจและอยู่ร่วมกับชุมชน ส่งเสริมชุมชน และไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม กฎเกณฑ์และข้อบังคับต่าง ๆ เราพยายามทำให้ได้เหนือกว่าที่กฎหมายกำหนด และทบทวนสิ่งเหล่านี้สม่ำเสมอ อย่างเช่น เรื่องการบำบัดน้ำเสียทางบริษัทก็มีการลงทุนนำเข้าระบบบำบัดน้ำเสียมาจากต่างประเทศ สามารถรีไซเคิลได้ 100% โดยไม่ปล่อยน้ำเสียออกสู่ชุมชนเลยแม้แต่หยดเดียว

“เรื่องรีไซเคิลกระดาษเราทำร่วมกับ SCGP โดยการรวบรวมเศษกระดาษและอัดก้อนส่งกลับ ซึ่งเราไว้วางใจว่า SCGP จะดูแลในส่วนนี้เป็นอย่างดี ส่วนขยะอุตสาหกรรมอื่น ๆ เราก็จัดการอย่างถูกต้อง มีการฝังกลบในจุดที่ได้รับสัมปทานจากรัฐบาล เพราะเราเชื่อว่าการอยู่ร่วมกับชุมชนและสังคมเป็นเรื่องจำเป็นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

“นอกจากนี้เรายังลดการใช้พลังงานไฟฟ้า ด้วยการติดตั้งโซลาร์เซลล์แบบ Full Scale เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการใช้ไฟฟ้าในโรงงาน เช่น ในเวลากลางวันแดดออกเต็มที่ เราแทบไม่ต้องซื้อไฟฟ้าจากการไฟฟ้าเลย ซึ่งผมมองว่าก็จะช่วยทั้งในแง่ดูแลสิ่งแวดล้อม และการลดต้นทุนการผลิตเพื่อส่งต่อให้กับลูกค้า”



จับมือพันธมิตรที่ตอบโจทย์ด้านคุณภาพ

“เหตุผลสำคัญในการเป็นพันธมิตรกับ SCGP มาจากนโยบายด้านคุณภาพ ซึ่ง SCGP มีความน่าเชื่อถือในส่วนนี้มาก และมีความสอดคล้องกับเราในเชิงกลยุทธ์ ด้วยนโยบายของยูไนเต็ด คอนเทนเนอร์ ที่เลือกเจาะกลุ่มเป้าหมายเป็นลูกค้าส่งออกและลูกค้าผู้ส่งสินค้าพรีเมียมในประเทศ ความคาดหวังของลูกค้าจึงมีสูงมาก ทั้งความต้องการบรรจุภัณฑ์กระดาษที่แข็งแรงเป็นพิเศษ และความน่าเชื่อถือของระบบ Supply ซึ่ง SCGP ตอบโจทย์เป็นอย่างมากครับ

“นอกจากนั้น การผ่านวิกฤตร่วมกันมาหลายครั้ง ทาง SCGP ก็ดูแลเราดีมาก ช่วงที่กระดาษขาดแคลนเมื่อ 2 - 3 ปีที่แล้ว เราแทบไม่ได้รับผลกระทบในเรื่องดังกล่าวเลย หรือแม้กระทั่งช่วงที่ภาวะตลาดผันผวนทั่วโลก ทาง SCGP ก็ช่วยเราดูแลเรื่องระดับราคา เพื่อให้เรายังสามารถแข่งขันในตลาดได้ ดูแลให้เราส่งมอบสินค้าได้ในต้นทุนที่เหมาะสม ให้ลูกค้าเรายังสามารถแข่งขันที่ตลาดปลายทางของเราได้ด้วย SCGP ช่วยดูแลเราในเรื่องดังกล่าวอย่างดีเสมอมา และหวังว่าเราจะมีโอกาสเติบโตอย่างยั่งยืนไปด้วยกันตลอดไปครับ” คุณรัชชัชกล่าวทิ้งท้าย



FOCUS ON TARGET GROUPS & ROAR AHEAD

United Container has evolved from a family business, established by Mr. Thatchai's parents. Initially, the operation was based at the family's home in Bangkok's Lat Phrao - Bang Kapi area, was mostly manual, and staffed with just one worker. But the business grew over time. In 1992, it set up its current factory in Pathum Thani.

"We have mainly provided corrugated-paper packaging for niche markets. Our customers are those looking for high-quality packages and a reliable supplier such as exporters of processed foods, electronic parts, or auto parts. These target groups need durable packaging and punctual deliveries," Mr. Thatchai explained.

"With clear focus, we have prepared our factory, machinery, and raw materials in response to customers' needs. We think it is best to specialize to fully fulfill our target groups' specific requirements. Through such approach, we have developed expertise and greater understanding of customers' needs. That's how our products and services serve our target groups best," he continued.

“

เราสร้างความยั่งยืนด้วยการติดตามเทคโนโลยี การพัฒนาซอฟต์แวร์ใหม่ ๆ แล้วนำมาประยุกต์ใช้ สร้างซอฟต์แวร์เฉพาะหน้างานของตัวเองอย่างต่อเนื่อง

We have built our business sustainability by keeping pace with technology and developing new software for use at our company.

”

TECH UPDATE & PEOPLE CAPABILITY BEHIND PRODUCT QUALITY

In the competitive business environment, a business will be sustainable only when it delivers quality and wins the hearts of customers. These two key elements exist where internal management is efficient.

"It's a challenge to fulfill each of various orders – with diverse requirements – without any mistake. We have supplied custom-made packaging. So, most orders are different each day. It is also our duty to ensure timely deliveries. To exporters, delivery time is very important because container loading time is fixed. By addressing customers' pain point, we give them peace of mind and time to focus on other aspects of their work," Mr. Thatchai said.

"Not only that I have studied engineering and programming, but I have also had a passion for coding from a young age. During my childhood, my time at my dad's factory showed me that software in fact could solve many problems and set up efficient work systems. United Container therefore has never stopped developing software and integrated information technology.

"We have built our business sustainability by keeping pace with technology and developing new software for use at our company. Thanks to such efforts, we can reduce the risk of problems and

dependence on specific staff's expertise. For example, our factory has a real-time output recording system. Our staff therefore do not need to key in information manually. The system records everything from the start and end of production time, volume produced, downtime records, and production speed. Data automatically recorded by our computer system are then analyzed in support of production/productivity improvement or waste reduction," he added.

"Our machines and technologies have been regularly updated. On top of that, we have used quality raw materials only. Our good standards, waste reduction, efficiency improvement, and cost reduction all have contributed to our competitiveness," he continued.

"At the heart of our business operations are our staff. We believe in good governance and employee care. We have implemented several policies to improve employees' welfare and quality of life because we believe that our employees' happiness is translated into good output."

SUSTAINABLE ENVIRONMENTAL CARE

"We have placed a strong emphasis on environmental care because we think our business should coexist with communities and the environment. Our environmental care is greater than what is required by laws, with regular reviews in place. We have even imported a wastewater treatment system for 100% water recycling. Our factory therefore does not discharge a single drop of wastewater to local communities," Mr. Thatchai pointed out.

"We have also recycled paper in collaboration with SCGP. We have gathered, compressed, and sent our paper scrap to SCGP out of trust that SCGP will handle it properly. Regarding other types of industrial waste, we have complied with laws. It is buried at an authorized landfill. In our view, mutual coexistence with communities is crucial to business sustainability.

"In addition, we have installed full-scale solar cells to generate power for our factory. On a sunny day, we hardly need power from an electricity authority. Our solar installations help curb environmental impacts as well as our production costs, which will also benefit our customers," he continued.

COLLABORATING WITH QUALITY PARTNERS

"We have chosen SCGP as our partner because of the latter's solid quality policy. SCGP is very reliable and supports us strategically. United Container focuses on exporters and suppliers of premium products. Our customers therefore have high expectations. Packaging used for them must be exceptionally durable and delivered through a reliable supply system. SCGP perfectly answers our needs.

"Aside, we have braved through several crises with SCGP by our side before. A few years ago, a paper shortage crisis occurred but we had hardly felt any pinches because SCGP took good care of us. When the global market turned highly volatile, SCGP also helped ensure that pricing for us was still reasonable and enabled us to remain competitive. As we produce packaging at reasonable costs, our customers can compete well in their market too. SCGP has always taken good care of us. So, we really are looking forward to growing alongside SCGP in all years to come," Mr. Thatchai concluded. 



จากเลข 1 - 100 เลขไหนที่หายไป

The following picture should show numerals from 1 to 100. But three numbers are missing. What are they?



Hint: two-digit number

ใช้ให้ว่าเป็น เลข 2 หลัก



สแกน QR CODE เพื่อลุ้นรางวัล
SCAN ME

สำหรับท่านที่ทราบคำตอบแล้ว อ่าร้อซ่า รีบสแกน QR Code ส่งคำตอบเข้ามาภายในวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2567 ผู้โชคดีรับไปเลย Starbucks Gift Card มูลค่า 300 บาท ท่านละ 1 ใบ จำนวน 10 รางวัล Scan this QR code to send your answers to us by 31 August 2024 for a chance to win prizes. A total of 10 Starbucks gift cards worth Bt300 each will go to lucky winners. **P**

สำหรับผู้โชคดีที่ตอบคำถามถูกต้องใน a LOT ฉบับที่ 32 ได้แก่
Lucky winners from a LOT Vol. 32 are:

- | | | | |
|-----------------------|-----------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. กนกกร มุมแดง | 2. กนกศักดิ์ บุญประสพ | 3. มยุรา รุจินันท์ฤทธิโร | 4. ยุพิน วิทยานารถไพศาลา |
| 5. ลิกษิตา นาราษฎร์ | 6. ลิตรา จารุเธียร | 7. วัชรดนัย อนุรักษสกุล | 8. วัสสา นิมิตตราวิช |
| 9. สุนีย์ อนุรักษสกุล | 10. สุนิตรา เวชสุวรรณ | | |

INFLUENCER MARKETING



การตลาดที่ WHY ต้องมาก่อน WHO เสมอ “WHY” MUST COME BEFORE “WHO”

การสื่อสารแบรนด์ผ่านแนวคิดการตลาดแบบ Influencer Marketing มีความน่าสนใจ และเป็นทางเลือกที่แบรนด์หยิบมาใช้งานอยู่เสมอนับจากอดีตจนถึงปัจจุบัน เพราะเป็นวิธีการอันแสนทรงพลังและอยู่ในทางเลือกแรก ๆ ของนักการตลาด หากแต่ในยุคที่โซเชียลมีเดียต่าง ๆ ไม่เคยหยุดนิ่ง Influencer ก็เกิดใหม่อยู่ตลอดเวลา Your Answers ฉบับนี้ จึงชวนกูรูการตลาดอย่าง ผศ. ดร.เอกก์ ภทรธนกุล มาแชร์แนวคิดการตลาดกับ Influencer ทำอย่างไรถึงคุ้มค่าและเกิดผลลัพธ์ต่อแบรนด์สูงสุด

Influencer Marketing has long proved an effective and popular tool. Marketers, however, have lately found that new influencers keep emerging on the scene due to the social-media boom. In this volume, Your Answers has thus interviewed Asst. Prof. Dr. Ake Pattaratanakun for advice on how best to leverage influencers for marketing purposes today.



เครื่องมือประสิทธิภาพสูง ต้องใช้งานอย่างลึกซึ้ง

จากคำถามที่ว่า การตลาดที่ใช้ Influencer ยังจำเป็นอยู่ไหม? อ.เอกก์เริ่มต้นให้คำอธิบายในประเด็นดังกล่าวได้อย่างน่าสนใจว่า เบิร์ต - ธงไชย แมคอินไตย์ ก็ถือได้ว่าเป็น Influencer ที่ทรงพลังมาตั้งแต่ก่อนยุคดิจิทัล จวบจนทุกวันนี้ แม้เบิร์ต - ธงไชย จะไม่ได้มีผลงานเพลงมากเหมือนยุคก่อน แต่ทุกครั้งที่เขาเคลื่อนไหวปรากฏตัวตามสื่อต่าง ๆ ก็มักเป็นที่สนใจอยู่เสมอ

Influencer จึงหมายถึงความถึง คนที่มีคนติดตามและให้ความนิยมชมชอบ ไม่ว่าจะย้อนกลับไปไกลแค่ไหน ก็พบว่าผู้คนต่างก็เคยชื่นชอบและยังสนุกกับการให้ความสนใจและติดตามดารา นักร้อง นักแสดง และบุคคลที่มีชื่อเสียง กระทั่งปัจจุบัน Influencer ก็มีความสำคัญเช่นเดิม และยังถือว่าอยู่ใน Trend มาตลอด Influencer ยังสามารถทำหน้าที่เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ได้ดีตลอดกาล แต่ทุกวันนี้รูปแบบของ Influencer มีความหลากหลายมากขึ้น การใช้งานนั้นจำเป็นต้องใช้อย่างลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

“WHY” ตอบให้ได้ว่า ใช้เพื่อจุดประสงค์ใด

ช่วงเวลาถัดจากนี้ นักการตลาดต้องปรับกลยุทธ์หรือรูปแบบในการทำคอนเทนต์ เพื่อให้ยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เช่นเดิม โดยจะต้องกำหนดจุดประสงค์และเป้าหมายของการใช้ Influencer ที่ชัดเจน ซึ่งจุดประสงค์ของการใช้ Influencer นั้น แบ่งออกเป็น 4 อย่างได้ดังนี้

- **ใช้สร้างการรับรู้ (Awareness)** จุดประสงค์ดังกล่าวแบรนด์ควรใช้ Influencer ที่คนรู้จักเยอะเป็นหลัก ไม่จำเป็นต้องมีความเกี่ยวข้องตรงกันกับสินค้ามากนัก อาจจะใช้แบรนด์หรือสินค้าไปพร้อม ๆ กับคนฟังก็ได้ ซึ่งโดยปกติในจุดประสงค์นี้ แบรนด์มักจะใช้ Influencer ที่มีลักษณะเป็น Mega Influencer หรือ Macro Influencer ที่มีคนติดตามเป็นจำนวนมาก อย่างน้อยหลักแสนคนขึ้นไป ถึงจะเหมาะกับการสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นในวงกว้าง
- **ใช้สร้างความน่าเชื่อถือ (Trust)** Influencer ที่จะสร้างความน่าเชื่อถือมีอยู่ด้วยกัน 2 รูปแบบคือ Influencer ที่มีความเชี่ยวชาญด้านใดด้านหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น แบรนด์อยากจะทำขายรถยนต์ก็ควรใช้ผู้เชี่ยวชาญด้าน

เครื่องยนต์มาเป็น Influencer อีกรูปแบบคือ Influencer ที่มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจนด้านใดด้านหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น เบบี้ฟูดถึงเรื่องการดูแลสุขภาพ มีคนติดตามเป็นจำนวนมาก ก็เป็นทางเลือกที่ดีสำหรับแบรนด์สินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ เป็นต้น รูปแบบที่วุ่น นอกจากจะดูที่จำนวนของผู้ติดตามแล้ว ให้ความสำคัญกับความเชี่ยวชาญและผลงานของ Influencer ประกอบด้วย

- **ใช้เพื่อการขาย** นอกจากจะใช้ Influencer แบบเดียวกับสองข้อก่อนหน้าได้แล้ว ยังสามารถใช้ Influencer ที่มีลักษณะเป็นพ่อค้าแม่ค้าออนไลน์ เช่น ฟิมรี่พาย หรือบั้งฮาชัน ก็ถือเป็นตัวอย่างคลาสสิก เพราะ Influencer ที่มีชื่อเสียงประเภทนี้เป็นอีกหนึ่งทางเลือกในกลุ่ม Influencer ที่ไม่จำเป็นต้องมีพฤติกรรมหรือภาพลักษณ์ที่ตรงกับตัวสินค้ามากนัก แต่เน้นในเรื่องช่องทางการขายจำนวนมากเป็นสำคัญ จะสามารถช่วยเพิ่มยอดขายให้แบรนด์ได้
- **ใช้สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แบรนด์ (Brand Image)** เช่น Influencer ที่สนใจสิ่งแวดล้อม ดูแลสังคม เมื่อใช้ Influencer มาพูดถึงสินค้าของแบรนด์ แม้จะไม่ลงลึกในเรื่องของสินค้า แต่ Influencer ในกลุ่มนี้ จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่แบรนด์ได้

อ.เอกก์ให้ข้อสรุปในเรื่องนี้ว่า อย่างไรก็ตามจุดประสงค์คือสิ่งสำคัญที่สุดแบรนด์อย่าเพิ่งคิดว่าจะใช้ Influencer คนไหน แต่ให้คิดว่าใช้ทำไม Influencer Marketing ต้องเริ่มที่ Why ก่อน Who เสมอ

“WHO” เป้าหมายที่ชัดเจน ช่วยให้เลือก INFLUENCER ได้ตรงจุด

เมื่อรู้วัตถุประสงค์แล้ว หลังจากนั้นในมิติที่จะต้องดูต่อไป ดูว่า Who คือใครที่เราจะใช้ เนื่องจาก Influencer มีการแบ่งหลายประเภทมาก แต่ที่นิยมจัดกลุ่มกันคือ แบ่งตามจำนวนผู้ติดตาม (Follower) โดยผู้ติดตามมากกว่า 1,000,000 เรียก Mega Influencer มากกว่า 100,000 เรียก Macro Influencer มากกว่า 50,000 เรียก Mid-Tier Influencer ส่วนผู้ติดตามเกิน 10,000 เรียก Micro Influencer และมากกว่า 1,000 เรียก Nano Influencer



ขณะเดียวกันการเป็น Influencer ไม่ใช่แค่การมีเพื่อนในโซเชียลมีเดียเท่านั้น แต่ยังสามารถดึงดูดใจในด้านใดด้านหนึ่งได้ด้วย เพราะฉะนั้นหากมีคำถามว่าจะชิงการตลาดกับ Influencer ระดับใดถึงจะเหมาะสม คำตอบคือกลับไปดูที่ Why ว่าแบรนด์มีจุดประสงค์ใด ก็จะช่วยให้อ้างอิง Who ได้ง่ายขึ้น

“จะเห็นว่าเทรนด์ของ Micro และ Nano Influencer มีนักการตลาดสนใจมากขึ้น เนื่องจากความเข้มข้นในสัญญาณไม่มากนัก เวลาถูกว่าจ้าง เขาจะพูดซ้ำ พูดเกิน เต็มให้ แถมเยอะ ต่างจากกลุ่ม Mega Influencer ที่ต้องเป็นไปตามสัญญาณเท่านั้น นอกจากนี้ในปัจจุบันยังมีบริษัทบริหารจัดการกลุ่ม Influencer ขนาดเล็ก ที่สามารถรวบรวมกลุ่มผู้ติดตามให้ได้มากพอเท่าที่แบรนด์ต้องการ สามารถสื่อสารกับคนหลักแสนคนล้านคนได้ไม่ต่างกัน แถมยังพูดซ้ำ พูดเพิ่ม พูดเต็ม สร้างสีสันได้มากกว่า ก็เลยกลายเป็นสิ่งที่นักการตลาดใช้งานกันเยอะขึ้น หากแบรนด์ยังไม่เคยทำการตลาดประเภทนี้มาก่อน

INSIGHTS REQUIRED FOR POWERFUL TOOL USAGE

In this guru's eyes, Thongchai “Bird” McIntyre has been a big influencer even before the birth of the digital age. Although Bird no longer releases new albums, his media appearances have still been much watched.

Asst. Prof. Dr. Ake therefore defines an influencer as a person who has followers and enjoys popularity. People are generally interested in singers, actors, actresses, and celebs. So, influencer marketing remains effective. It is just that there are now many types of influencers in the market and insights are needed to achieve maximum efficiency.

“WHY” DO YOU USE INFLUENCER MARKETING?

Marketers will need to adjust their strategy or execution methods to reach out to their target groups, with clear objectives or goals in mind. Four main purposes of influencer marketing are:

- **To create awareness:** For this objective, marketers should go for hugely famous influencers. Chosen influencers do not need any special connection with a brand or product to be promoted. What counts is their popularity. To gain awareness, mega influencers or macro influencers are recommended.
- **To build trust:** Influencers recommended for this objective must either be specialists in a field or target a group relevant to the paying brand. Auto brands, for example, may choose an engine expert. Healthcare brands, meanwhile, may go to Bebe. For the objective of building trust, marketers should not care just about the number of followers but also influencers' expertise and work records.
- **To sell products/services:** For this objective, it is possible to use the types of influencers mentioned above. But marketers may also deploy influencers who openly act as online sellers like Pimrypim and Banghasun. These two examples are classic. Their image may not exactly match that of paying brands, but they have access to a huge base of prospective customers. So, they can effectively boost sales.
- **To create good brand image:** Influencers demonstrating social or environmental care promise to enhance brand image. Brand reputation can deepen when they positively mention a brand, even without going into product details.

ให้เริ่มจากการหาพาร์ทเนอร์ที่เป็นแพลตฟอร์มคนกลางที่รับบริหาร Influencer เช่น Tellscore, Revu หรือ Shout เป็นต้น จากนั้นให้แบรนด์ค่อย ๆ เรียนรู้จากสิ่งที่แพลตฟอร์มเหล่านี้ทำ แล้วค่อยมาประยุกต์ใช้เองในอนาคต”

อย่างไรก็ตาม แปรนต์หรือนักการตลาดต้องกลับไปตอบคำถามเรื่องวัตถุประสงค์ให้ได้ก่อน และหากมีหลายวัตถุประสงค์ ก็ให้เลือกทำทีละวัตถุประสงค์ เพื่อให้ Message ที่ต้องการสื่อสารไม่ปะปนกัน วางแผนการทำงานให้ชัดเจน ไม่ควรใช้ Influencer เป็นเทคนิคทางการตลาดที่ใช้งบประมาณตามกระแสโซเชียลมีเดีย แต่ให้ใช้ Influencer Marketing เป็นกลยุทธ์ มีจุดประสงค์ กำหนดงบประมาณ มีการวัดผล คิดว่าช่วงนี้จะทำอะไร แล้วดูงบประมาณ และต้องมีการวัดผลว่าเป็นไปตามจุดประสงค์หรือไม่ เพราะ Influencer Marketing ปัจจุบันนี้ สามารถวัดผลจากข้อมูลสถิติต่าง ๆ ได้ อย่างสะดวกและชัดเจน

Asst. Prof. Dr. Ake says the bottom line, so far, is that marketers must think of what objective they need to achieve before determining which influencer to choose.

“WHO” CLEAR OBJECTIVE LEADS TO THE RIGHT CHOICE OF INFLUENCER

After identifying a clear objective for influencer marketing, marketers need to decide which influencers to hire. Categorized by the number of followers, a mega influencer has more than 1,000,000 followers, a macro influencer has more than 100,000, a mid-tier influencer has more than 50,000, a micro influencer has more than 10,000, and a nano influencer has more than 1,000.

It should also be noted that to be an influencer, one needs much more than just followers. Influencers must have real influence. How much does one need to spend on influencer marketing? The guru's answer is simple: check “why” and then “who”. Once you know your objective, you will be able to choose the right influencer.

“Micro and nano influencers have lately gained more interest because they are not so strict about contract details. When they are hired, they usually do more for the brand than what are required by contracts. Their work approach is different from mega influencers who strictly follow contract terms. Today, dealing with micro and nano influencers is not complicated either. Several companies offer micro/nano influencer management services. So, a paying brand can reach out to as many people as they want via several micro and nano influencers. Their target audience can be to the tune of 100,000 or 1,000,000. Also, micro and nano influencers are generally more colorful. That's why more marketers are interested in these types of influencers. A brand that has never used influencer marketing before may look for a professional influencer management service provider like Tellscore, Revu, or Shout. Once it gets a gist, it may apply the technique itself later.”

The guru emphasized that marketers must identify a purpose before conducting an influencer marketing campaign. Their focus should be on one purpose each time so as to ensure an intended message is duly delivered. Their influencer marketing should not be conducted just to ride on a trend either. Rather, influencer marketing must be executed as a strategy with a clear purpose, budget, and result evaluation. Today, it is convenient to assess the results of influencer marketing campaigns via many types of statistics. **P**

WORKSHOP สุดสนุก ของชิ้นนี้จะมีชิ้นเดียวบนโลก!

FUN WORKSHOPS FOR UNIQUE ITEMS IN THE WORLD!

มองหากิจกรรมทำในวันหยุดที่เด็ก ๆ กตเลิฟ ผู้ใหญ่กตเลิฟ ลองมาดูเวิร์กช็อปสุดฮิตที่เรารวบรวมมาให้ รับรองว่าทุกคนจะเพลิดเพลินจนลืมเวลา ที่สำคัญได้ของที่มีชิ้นเดียวในโลกติดไม้ติดมือกลับบ้าน หรือจะมอบเป็นของขวัญก็พิเศษสุด ๆ แน่แน่นอน

If you are looking for activities that are fun for both kids and adults, check out popular workshops below. Not only do they offer pleasant time, but they also ensure their participants return home with special items. Unique in the world, their handmade items will be perfect for one's own use or as gifts.

CAFÉ GOER STUDIO

สตูดิโอแรกที่เราอยากชวนมาคือ การทำเทียนหอมด้วยตัวเองที่ Café Goer Studio ทุกคนจะได้เรียนรู้ทุกขั้นตอนการทำเทียนหอมปรุงกลิ่นจาก Essential oil และ Fragrance oil กว่า 30 กลิ่น และเติมความพิเศษด้วยหินจากธรรมชาติที่นำมาตกแต่งหน้าเทียน โดยหินแต่ละชนิดมีความหมายและช่วยส่งเสริมพลังในหลากหลายด้าน ซึ่งการเรียนรู้ประเภทของกลิ่นและเรียนรู้ภาคทฤษฎีจะช่วยให้เลือกหินที่รักษาสสมดุลพลังงานในตัวเองได้มากขึ้น เรียกว่าเป็นอีกหนึ่งประสบการณ์สนุก ๆ ที่อยากให้ทุกคนได้สัมผัส

At the appealing Café Goer Studio, workshop participants learn how to produce scented candles. By mixing various types of essential oil and fragrance oil here, they can create well over 30 scents. They can also adorn their scented candle with a meaningful stone. Each stone type is believed to evoke different powers. Theoretical sessions are included to ensure participants know how to categorize scents and how to pick a stone that will enhance energy balance in their body. This fun workshop is waiting for you.



CAFÉ GOER STUDIO

สุขุมวิท 49/1 บีทีเอสพร้อมพงษ์ ทาวน์ออก 3
Sukhumvit 49/1, BTS Phrom Phong Station Exit 3
LINE: @cafegoerstudio Facebook: Café Goer Studio

BOX BOX STUDIO

เราจะชวนทุกคนมา DIY ตกแต่งสิ่งของด้วยวิปครีมหลากสีสัน เริ่มจากเซตเบา ๆ อย่างเคสมือถือ ตัวหนีบมือถือ เคส AirPods ที่ใส่บัตร กิ๊บติดผม หรือหวีก็น่ารักสุด ๆ หรือถ้าอยากเล่นใหญ่ เราแนะนำเซตบับสนุกสุดเพลิน ที่ให้คุณลงมือตกแต่งกล่องดินสอหรือกรอบรูป โดยหยิบตัวโมเดลที่ชอบมาได้ 1 ตัว และเลือกของซิปโป๊งตกแต่งได้แบบบุฟเฟ่ต์ ทั้งตัวเรซิน กาวครีม พีโม (ดินวิทยาศาสตร์ที่มีส่วนผสมระหว่างเซรามิกกับพอลิเมอร์) ทางร้านแยกโทนสีให้ชัดเจน มีกระดาษให้ทดลองบับก่อน และมีพี ๆ ผู้ช่วยคอยดูแล เพียงแค่คุณออกไอเดียและลงมือตกแต่งเท่านั้น

DIY workshops here allow participants to decorate any chosen product with adhesive colorful cream. Participants may choose to work with a phone case, a phone clip, an AirPods case, a hair clip, or a comb. But if you have much fun in the workshop, you may consider adding your creative touch to bigger items like a pencil box or a photo frame. Workshops here allow participants to choose one figure they like and access a buffet of decorative colorful cream, resin pieces, and FIMO Clay (a mixture of ceramic and polymer). Decorative materials are nicely categorized based on their shade. Participants can easily test the color of the materials on test pads before making their decisions too. Assistants are always around to provide support. So, you can just unleash your imagination and take action.



BOX BOX STUDIO

จองคิวล่วงหน้าได้ที่ LINE / Advance reservations can be made via LINE: @boxbox_studio

สาขา The Lighthouse เจริญนคร / The Lighthouse Charoen Nakhon branch
เปิดทุกวัน / open daily เวลา 11.30 - 20.30 น.

สาขา The Promenade / The Promenade branch
เปิดทุกวัน / open daily เวลา 10.00 - 20.30 น.

Facebook: Box Box Studio

THE CAVE WORKSHOP STUDIO

หลายคนอาจจะเคยเห็นผ่านตากับเวิร์กช็อปทำพรมด้วยเทคนิคปั่นยิงใหม่พรม ที่ใช้ปั่นยิงด้ายแทนการเขียน เพนต์สี หรือการปักผ้า ที่ The Cave Workshop Studio คุณสามารถเนรมิตพรมตามลวดลายและสีสันที่ต้องการ ได้เรียนรู้การใช้อุปกรณ์ที่ถูกต้อง การจัดวางองค์ประกอบ และการเก็บรายละเอียดชิ้นงาน ไม่มีพื้นฐานด้านศิลปะก็ทำได้แบบชิล ๆ งานคราฟต์ชิ้นเดียวในโลกแบบนี้จะเก็บไว้ใช้ตกแต่งบ้านหรือมอบเป็นของขวัญก็ประทับใจผู้รับสุด ๆ แน่นนอน

Many of you may have seen a tufting gun before. If you come to The Cave Workshop Studio, you will learn how to use this tool in making a carpet based on your creative design. The workshop guides participants in every step from utilizing the gun correctly to creating a proper composition and adding a final touch. Even without any artistic background, participants will be able to create a unique carpet for their home. Given that there is only one such carpet in the world, it will also be a perfect gift. 

THE CAVE WORKSHOP STUDIO

268 ถนนกำแพงเพชร ๑ วัชรวิภา อนุพงษ์ (MRT กำแพงเพชร ทางออก 1)

268 Kamphaeng Phet Road, Chatuchak, Bangkok

(MRT Kamphaeng Phet Station Exit 1)

Facebook: The Cave Workshop Studio



Scan QR Code เพื่อชมวิดีโอผลงานเพิ่มเติม
Scan QR Code for watch more product



“LIVE AGAIN”

ปลุกชีวิตวัสดุเหลือใช้ ให้เกิดใหม่อีกครั้ง

SCGP ร่วมสนับสนุนวัสดุเหลือใช้ในกระบวนการผลิต ให้สมาคม The Design & Objects (D&O) สำหรับ จัดนิทรรศการ “LIVE AGAIN” ที่มาในคอนเซ็ปต์ การออกแบบคืนชีพวัสดุเหลือใช้ให้เกิดใหม่อีกครั้ง ณ อาคาร Fazal Building (ห้างไอเอ็ม กาติบ) ในเทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ 2567 (Bangkok Design Week 2024)

SCGP has supported “LIVE AGAIN” exhibition by giving its waste materials to the Design & Objects (D&O) Association to demonstrate how waste materials can be created values and recycled for maximum benefits. The exhibition on the revival has been held at the Fazal Building during the Bangkok Design Week 2024.

วัสดุเหลือใช้จากกระบวนการผลิตที่ SCGP ร่วมสนับสนุนครั้งนี้ ได้แก่ เศษพลาสติกอุตสาหกรรม และเส้นเทปกระดาษ (Paper Band) ส่งมอบ ให้แก่นักออกแบบแบรนด์ดัง 12 แบรนด์ อาทิ Makkha Design Studio, Ayodhya, Niiq, BaanchaaN, Mola, TOUCHABLE ฯลฯ เพื่อนำมา รังสรรค์ให้กลายเป็นผลงานชิ้นเอก เช่น โคมไฟที่เนรมิตขึ้นจากการ นำวัสดุเหลือใช้ ทั้งรูปแบบที่ผลิตจากวัสดุเหลือใช้ทั้งชิ้นและรูปแบบที่ นำไปผสมกับวัสดุประเภทอื่น หรือผลงานชิ้นวางของที่ผลิตจาก เส้นเทปกระดาษ ก็เป็นอีกชิ้นที่หลายคนชอบ เพราะหากไม่บอกที่มา คงไม่มีใครเชื่อว่าผลงานเหล่านี้ผลิตขึ้นจากวัสดุเหลือใช้อย่างแน่นอน

นอกจากนี้ SCGP ยังออกแบบ Paper Exhibition มาเสริมการตกแต่ง ในงานให้โดดเด่นขึ้นด้วย เช่น Display Background เพิ่มมิติให้การแสดงผลงานโดดเด่น โต๊ะชั้นวางสินค้า รวมทั้งเก้าอี้กระดาษที่ตั้งอยู่บริเวณ ริมห้างสรรพสินค้า ซึ่งเตรียมไว้ให้ผู้เข้าชมสามารถนั่งพักไปพร้อมกับ การชื่นชมผลงาน โดยการออกแบบชิ้นงานจะมีลักษณะเป็น Modular พร้อมประกอบและแยกส่วน จึงมั่นใจได้ว่าเมื่อสิ้นสุดการจัดแสดงหรือ ใช้งานก็สามารถนำไปรีไซเคิลหรือใช้งานต่อได้โดยไม่มีชิ้นส่วนใดที่ถูทิ้ง



นอกจากการเปิดผลงานให้กลุ่มบุคคลทั่วไปที่ชื่นชอบงานศิลป์แล้ว เรายังเชิญพี่ๆ จากชุมชนต่างๆ ที่ได้รับการสนับสนุนวัสดุเหลือใช้จากทาง SCGP มาร่วมชมงาน เพื่อเชื่อมต่อแรงบันดาลใจสู่ชุมชน ผลักดันให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนา สร้างมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้ และยกระดับวิสาหกิจชุมชน

จากงานนี้ เราได้เห็นจุดเชื่อมต่อไปยังทุกภาคส่วน เพื่อจะขยายผลไปสู่การสร้างความยั่งยืนให้แก่โลกใบนี้ สอดคล้องไปกับแนวทาง ESG ที่ SCGP ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ทุกคนเติบโตไปพร้อมกันอย่างยั่งยืน

Excess materials provided by SCGP were plastic and paper bands. Makkha Design Studio, Ayodhya, Niiq, BaanchaaN, Mola, and TOUCHABLE rank among the 12 prominent brands that have transformed these materials into artistic products. Made either solely from scrap bands or a mixture of the bands and other materials, exhibits, such as lamps made of scrap materials and paper-band shelves have impressed visitors. Few would know they are made from waste materials if background information is not given.

To color up LIVE AGAIN, SCGP prepares a subtle Paper Exhibition that materializes in the form of Display Background, display tables, and chairs. Visitors can sit down to relax before exploring the exhibition further. Having a modular design, these pieces can also be used elsewhere or recycled.

The exhibition is open to interested people. Invitations have also been sent out to ensure communities receiving SCGP's excess materials for use come to this inspiring exhibition. The invitations aim to spur their imagination, encourage further development of products based on excess materials, and upgrade their community enterprises.

Thanks to this exhibition, there is a way to connect all sectors for the world's sustainability in line with SCGP's ESG guidelines and commitment to operating a business for the sustainable growth of all. **P**



“ประทับใจ ได้เปิดโลก เห็นดีไซน์ที่ต่อยอดได้สวยงามมาก จะไปลองทำงานประเภทเฟอร์นิเจอร์เพิ่มเติม

I am impressed. This exhibition expands my horizons. After seeing amazing designs here, I want to experiment new ideas on furniture production.

พี่สาเล่-สาลิณี ชัยรัตน์ / Salee-Salinee Chairat
ชุมชนบ้านหัวพงษ์ จังหวัดกาญจนบุรี / Ban Hua Phong Community, Kanchanaburi



“เราสามารถนำเส้นแถบกระดาษ (Paper Band) ไปย้อมสีแบบภูมิปัญญาพื้นบ้าน และนำไปออกแบบสร้างผลิตภัณฑ์ ทำทำงานมีเอกลักษณ์ สามารถเพิ่มมูลค่าให้สินค้า และสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

We can dye paper bands with local-wisdom techniques and create unique designs from the material for added value to generate income for our community.

พี่แหว-อรวิรินทร์ บำรุงศิลป์ / Waew-Orawin Bamrungsilp
ชุมชนทุ่งทอง จังหวัดกาญจนบุรี / Thung Thong Community, Kanchanaburi



“

งานนี้เราลองเอาวัสดุเหลือใช้พวกนี้ มาใส่ความคิดสร้างสรรค์และไอเดียใหม่ ๆ เข้าไปกลายเป็นเฟอร์นิเจอร์ หรือสินค้าไลฟ์สไตล์ เป็นการจุดประกายไอเดียให้แก่ทุกคน รวมถึงนักออกแบบเองให้เริ่มมองเห็นวัสดุเหลือใช้ใกล้ตัว หรือ Waste Materials ซึ่งถ้าเราใส่ไอเดียและทักษะที่มีเข้าไป ก็สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม หรือ Values ได้ และตอบโจทย์ในเรื่องของความยั่งยืนด้วย

We have injected creativity and innovative ideas into the use of excess materials, paving the way for them to become furniture and lifestyle products. Our exhibition aims to inspire people, designers included, to add value to excess or waste materials. By using them with creativity and skills, we also answer sustainability causes.

คุณกฤษณ์ พุฒพิมพ์ / Mr. Krit Phutpim
ตัวแทนนักออกแบบสมาคม The Design & Objects Designer Representative from the Design & Objects Association

”

ฮิลใจผ่านเสียง SOUND HEALING



อีกหนึ่งวิธีช่วยผ่อนคลายความเครียดที่ได้ผลดีและนิยมมากที่สุดในยุคนี้ต้องยกให้ Sound Healing หรือการบำบัดด้วยเสียงที่ช่วยให้จิตใจผ่อนคลายและร่างกายรู้สึกสบายขึ้น เหมาะกับคนที่ทำงานหนัก รู้สึกอยากพัก หรือเรียกพลังใจให้กลับมาสู้กับชีวิตกันต่อ

Today, one of the most effective approaches to de-stressing is “Sound Healing”. Soothing sounds, after all, can relax the mind of people who work so hard and desperately need to wind down.

รู้จัก SOUND HEALING

Sound Healing เป็นการใช้คลื่นเสียงจากอุปกรณ์บำบัด เช่น ชันหิมาลัยัน พูลมูน ชันคริสตัล หม้อง Symphonic Gong โดยคลื่นเสียงที่สั้นจะเข้าไปทำงานกับกล้ามเนื้อ ของเหลว และต่อมไร้ท่อภายในร่างกาย เกิดการปรับสมดุลและขับสิ่งที่เกินพิษออกไป

นอกจากนี้คลื่นเสียงยังทำงานกับคลื่นสมอง โดยปรับคลื่นสมองให้อยู่ที่ระดับ Theta Level ซึ่งเป็นระดับที่ไม่ต้องใช้ความคิด เรียกว่าเราจะได้พักผ่อนในระดับลึก เมื่อคลื่นเสียงเข้าถึงคลื่นสมองระดับนี้ ร่างกายจะผ่อนคลาย จิตใต้สำนึกจะเปิด ทำให้มองเห็นสิ่งที่อยู่ภายในใจ

สำหรับการทำ Sound Healing จะมีทั้งการนั่ง การนอน และการเคลื่อนไหวร่างกายต่าง ๆ ผู้เข้ารับการบำบัดจะได้ยืดเหยียดร่างกาย ผีกลมหายใจอย่างถูกต้อง จากนั้นเพียงปล่อยใจ ปล่อยสมองให้โล่ง เพื่อฟังเสียง Sound Healing ที่บรรเลง

WHAT IS SOUND HEALING?

Sound Healing deploys various instruments, such as Full Moon Himalayan bowls, crystal bowls, and symphonic gongs to create sounds that connect with muscles, fluids, and endocrine systems inside human bodies and then stimulate rebalancing and toxin removal.

Healing sounds can also adjust brain waves to Theta Level, which enables people to deeply take a rest. At this level, bodies feel relaxed. People thus can connect better with their inner self.

Sound Healing therapy also prescribes various postures and body movements. Participants learn how to stretch their body and breathe properly to clear their mind and absorb soothing sounds.



เตรียมตัวไปฮีลใจผ่านเสียง GET READY FOR SOUND HEALING

- เตรียมกายเตรียมใจให้พร้อม นอนหลับให้เพียงพอ เต็มท้องให้อิ่ม ปล่อยใจสบายๆ จัดการธุระในวันนั้นให้เสร็จสิ้น พร้อมฮีลใจด้วยเสียงได้อย่างเต็มที่

Get prepared mentally and physically by taking adequate rest the night before, having a full stomach, and clearing all urgent errands prior to checking into the Sound Healing session.

- สวมใส่เสื้อผ้าที่คล่องตัวหรือชุดออกกำลังกายเพื่อความสะดวกในการเคลื่อนไหว

Wear comfortable clothes such as a sport outfit for easy movements.

SOUND HEALING ช่วยอะไร? / BENEFITS OF SOUND HEALING



ได้อยู่กับปัจจุบัน

Focus on the present



ร่างกายผ่อนคลาย

Relax body



หยุดความวุ่นวายใจ

Stop worry & concern



ลดความเครียด

Lower stress



อารมณ์เย็นขึ้น

Feel calmer



ความคิดชัดขึ้น

Think more clearly



สัมผัสถึงความรู้สึกภายในของตัวเอง

Connect with inner self



ปลุกพลังงานบวก

Awaken positive energy

พิกัด SOUND HEALING ใน กทม. ไกลที่ไหน ลองแวะไปที่นั่น!

WHERE TO GET SOUND HEALING IN BANGKOK?

Ice Sound Healing

- 📍 เอกมัย ซอย 6
- 🕒 15.00 - 18.00 น.

📍 Ekkamai Soi 6

- 🕒 3pm - 6pm
- 🌐 Instagram: icesoundhealing

Atha Yoga Lifestyle Studio

- 📍 Noble Remix Thonglor ชั้น 2
- 🕒 วันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 07.00 - 21.00 น.
- และวันเสาร์ - อาทิตย์ เวลา 07.00 - 16.00 น.

📍 Noble Remix Thonglor, 2nd floor

- 🕒 Monday - Friday: 7am - 9pm,
- Saturday - Sunday: 7am - 4pm
- 🌐 Instagram: atha.lifestyle

Urban Healing Space

- 📍 ชั้น 5 บนร้าน Craft Cafe สุขุมวิท 44
- 🕒 ตามเวลานัดหมาย

📍 5th floor of Craft Cafe, Sukhumvit 44

- 🕒 Based on scheduled appointment time
- 🌐 Website: www.rathahealing.com



พัฒนานวัตกรรม สู่การเติบโตอย่างยั่งยืน

DEVELOPING INNOVATIONS IN
PURSUIT OF SUSTAINABLE GROWTH

ผ่านไตรมาสแรกของปี 2567 ไปอย่างรวดเร็ว เชื่อว่าทุกคนน่าจะพร้อมรับมือกับความท้าทายใหม่ ๆ ภายในปีนี้ยิ่งเต็มที่ ซึ่งพี่วิชาญ จิตรภักดี - CEO, SCGP ได้สื่อสารทิศทางของการดำเนินธุรกิจผ่าน SCGP Town Hall ครั้งแรกของปี 2567 จัดขึ้นที่สำนักงานใหญ่ บางซื่อ

After the first quarter of 2024 flew, everyone must by now be fully ready to tackle new challenges. Mr. Wichan Jitpukdee, CEO, SCGP, clearly communicated about the company's business direction at the first SCGP Town Hall of the year.



ประเด็นสำคัญของ SCGP ในปีนี้ มุ่งสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งในกลุ่มธุรกิจบรรจุภัณฑ์และวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ รวมถึงการพัฒนา นวัตกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เกิดโซลูชันที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคมากขึ้น โดยผสาน ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ พัฒนานวัตกรรมควบคู่ไปด้วยกัน

นอกจากการขยายธุรกิจแล้ว ก็ยังมีการปรับปรุงคุณภาพการทำงานตาม แนวทาง ESG 4 Plus คือ 1) มุ่ง Net Zero 2) Go Green 3) Lean เหลือมลั 4) ย้ำร่วมมือ ยึดหลักความไว้วางใจและโปร่งใส สะท้อนได้ จากรางวัลต่าง ๆ ที่ได้รับมาตลอดปี 2566 พร้อมทั้งแสดงความยินดี กับทุกรางวัลของทุกหน่วยงานที่สร้างชื่อเสียงให้แก่ SCGP ก่อนจะเข้าสู่ หัวข้อสำคัญต่อไป

“Safety first, last, and always – เริ่มต้นด้วยความปลอดภัย สิ้นสุด ด้วยความปลอดภัย และระหว่างทางคือความปลอดภัย” เรากำลังจะ เปลี่ยนผ่านจาก Care for self เป็น Care for all สอดคล้องกับ การสำรวจด้านความปลอดภัยที่เราทำอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มที่ดีขึ้น เรื่อย ๆ ซึ่งผลสำรวจครั้งล่าสุดจากทุกบริษัทใน SCGP ไชนาเซีย นมีการพัฒนาไปในทางที่ดี” พิธีฉายภาพถึงทุกคน

ประเด็นต่อมาคือ ทิศทางการทำธุรกิจของ SCGP ต่อจากนี้ไปจะไม่ได้ โฟกัสที่การผลิตกระดาษหรือบรรจุภัณฑ์กระดาษเท่านั้น การเข้าสู่ธุรกิจ Flexible packaging มาตั้งแต่ปี 2558 รวมถึงธุรกิจ Foodservice packaging แสดงให้เห็นว่า SCGP จะเติบโตไปในธุรกิจใหม่เพิ่มขึ้น ในตอนนี้ ขยายไปยังธุรกิจ Healthcare supplies เพิ่มขึ้น โดยนำศักยภาพ เดิมที่มีและเพิ่มเติมสิ่งใหม่เข้าไป พร้อมด้วยการปรับโครงสร้างองค์กร ในเรื่องของการวิจัยและพัฒนา เข้าไปสนับสนุนธุรกิจ Healthcare supplies อีกด้วย



“เราเลือกลงทุนในธุรกิจที่เติบโตจริง ๆ เท่านั้น เพื่อให้ SCGP มีสถานะ ทางการเงินที่ดีและมั่นคงอย่างต่อเนื่อง ปี 2566 SCGP ลงทุนในกิจการ ที่เข้มแข็งและเติบโตสูง โดยใช้เงินลงทุนที่เหมาะสม เราลงทุนใน 3 ดีล สำคัญ คือ 1) Law Print & Packaging Management Limited (Law Print) – ผู้ให้บริการบรรจุภัณฑ์ครบวงจรในสหราชอาณาจักรและยุโรป 2) Bicappa Lab S.r.L. (Bicappa Lab) – ผู้ผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์ และอุปกรณ์สำหรับใช้ในห้องปฏิบัติการในประเทศอิตาลี และ 3) Starprint Vietnam JSC (Starprint) – ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พรีเมียมคุณภาพสูง ในประเทศเวียดนาม”

ในปีนี้ SCGP จะโฟกัสใน 5 เรื่อง 1) Performance enhancement การเพิ่มยอดขาย โดยยึดหลัก Customer driven ที่ทำแล้วสามารถขยาย ฐานลูกค้า หรือทำแล้วมี Capability รวมถึงการปรับ Value chain และ Business model ต่าง ๆ ให้ดีขึ้น 2) Operational Excellence (OE) การลดต้นทุนอย่างต่อเนื่อง 3) Organic expansion and programmatic

Merger & Partnership (M&P) การขยายธุรกิจและการเข้าซื้อกิจการที่มีศักยภาพการเติบโตสูง 4) Solutions, Innovation & Customer experience นำเสนอโซลูชันและบริการที่ครบวงจรมากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าอยู่กับเราอย่างเหนียวแน่น และรักในแบรนด์เรา และ 5) ESG & People การสร้างความยั่งยืนในทุกมิติและการพัฒนาคนในองค์กร

เรื่องคนเป็นเรื่องที่ SCGP ใส่ใจและดูแลอยู่เสมอ ซึ่งมีการวัด Engagement ของพนักงานอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยปีนี้มีการวัดเรื่อง Say/Stay/Strive เข้ามาด้วยคือ 1) Say การมององค์กร งาน และเพื่อนร่วมงานของตัวเองในทางบวก 2) Stay ความต้องการทำงานในองค์กรเดิมต่อไป 3) Strive ความทุ่มเท คอยคิดค้น หรือริเริ่มไอเดียใหม่ ๆ พร้อมทั้งจะทำงานเกินความคาดหวัง เพื่อให้งานออกมาประสบความสำเร็จ รวมถึงการวัดแรงขับเคลื่อนจากภายใน (Inner drive) ของพนักงานควบคู่กันไปด้วย เพื่อนำเสียงสะท้อนมาพัฒนาการบริหารคน เพื่อให้คนทำงานได้อย่างมีความสุขและเติบโตไปพร้อมกัน



This year, SCGP sets its sight on fostering continued growth of both its Packaging and Healthcare supplies businesses. It, moreover, seeks to develop innovations through collaboration with partners in its bid to provide solutions that respond better to consumers' needs.

Apart from business expansion plan, SCGP will also improve its performance based on ESG 4 Plus, namely: 1) Net Zero; 2) Go Green; 3) Lean; and 4) Collaboration plus transparent and fair business operations. Last year, SCGP received several awards on this front and Mr. Wichan expressed congratulations to all units involved.

The next important topic was “‘Safety first, last, and always’”. Mr. Wichan emphasized that SCGP’s safety practices would be shifting from Care for self to Care for all. Surveys show SCGP’s safety records have improved. In the latest survey, all SCGP companies in ASEAN region are moving toward the right direction on safety issues.

Mr. Wichan then highlighted that SCGP would no longer focus just on Packaging paper or Fiber packaging. The company entered flexible packaging segment in 2015. It has also engaged in Foodservice packaging today. These moves reflect that SCGP intends to grow its businesses via new segments. Its business



เราเลือกลงทุนในธุรกิจที่เติบโตจริงๆ เท่านั้น เพื่อให้ SCGP มีสถานะทางการเงินที่ดีและมั่นคงอย่างต่อเนื่อง ปี 2566 SCGP ลงทุนในกิจการที่เข้มแข็งและเติบโตสูง โดยใช้เงินลงทุนที่เหมาะสม

We have invested in businesses with growth potential to ensure our stable financial position in the long run. In 2023, SCGP invested in companies with a high growth rate within a proper budget.



expansion has even reached Healthcare supplies sector, as it combines its existing expertise with new elements. SCGP has already restructured its organization to give a stronger emphasis on R&D in support of its Healthcare supplies business.

“We have invested in businesses with growth potential to ensure our stable financial position in the long run. In 2023, SCGP made investments in strong companies with a high growth rate within a proper budget. Our three key deals are the investments in 1) Law Print & Packaging Management Limited (Law Print), which provides extensive packaging solutions in the United Kingdom and Europe; 2) Bicappa Lab S.r.L. (Bicappa Lab), which produces medical supplies and labware in Italy; and 3) Starprint Vietnam JSC (Starprint), which manufactures premium packaging in Vietnam.”

In 2024, SCGP focuses on 1) Performance enhancement to boost sales based on customer-driven approach or to increase capabilities, with better value chain and business models; 2) Operational Excellence (OE) that will lower costs; 3) Organic expansion and programmatic Merger & Partnership (M&P) for acquiring businesses with high growth potential; 4) Solutions, Innovation & Customer experience for a more comprehensive range of solutions and services that will retain customer loyalty and love; and 5) ESG & People to foster sustainability in every dimension and to develop human resources.

SCGP has always paid attention to its staff, with annual employee engagement surveys in place. This year, the survey integrates Say/Stay/Strive elements: 1) Say with positive attitudes about organization, job, and colleagues; 2) Stay with the organization; and 3) Strive or make efforts to explore new ideas and exceed expectations. The survey also looks into employees' inner drive so as to gather information for efficient human resources management that gives growth and happiness to staff. **P**



บลูเบอร์รี่มะนาวโซดา ซ่า...ทุกปาร์ตี้

BLUEBERRY LEMON SODA... FIZZY DRINK FOR PARTIES

ชวนคนในครอบครัวมาจัดปาร์ตี้เล็ก ๆ กัน ด้วยไอเดียเครื่องดื่มสุดซ่าสีสดใสที่เด็ก
และผู้ใหญ่ก็ดื่มได้มาฝากกัน ส่วนผสมหลักของเมนูนี้คือ น้ำเชื่อมบลูเบอร์รี่โฮมเมดที่ทำได้
ง่าย ๆ และน้ำมะนาวโซดาที่สดแสนจะสดชื่น เตรียมส่วนผสมให้พร้อมแล้วมาเริ่มทำไปด้วยกัน

Let's prepare a family party and serve a colorful and fizzy drink to delight all.
We need just homemade blueberry syrup and refreshing lemon soda to create
this delightful beverage. Here we go!



blueberry

ส่วนผสม / INGREDIENTS

1. บลูเบอร์รี่ 1 ถ้วย / Blueberry 1 cup
2. น้ำตาลทราย 3/4 ถ้วย / Sugar 3/4 cup
3. น้ำมะนาวเข้มข้น 12 ออนซ์ / Lemonade concentrate 12 oz.
4. น้ำเปล่าเย็น 2 ถ้วย / Cold water 2 cups
5. โซดาเย็น 1 ลิตร / Cold soda 1 l.
6. เลมอนฝาน และใบสะระแหน่ (สำหรับตกแต่ง) / Lemon slices and mint leaves (for decoration)

วิธีทำน้ำมะนาว / LEMONADE RECIPE



น้ำมะนาวเข้มข้น 12 ออนซ์ +
น้ำเปล่าเย็น 2 ถ้วย คนให้เข้ากัน
Mix 12 oz of lemonade
concentrate with two cups of
cold water. Stir it.



ปิดฝาและแช่เย็นสัก 2 - 3 ชั่วโมง
หรือจนเย็น
Close the container and
refrigerate it for a few hours.

วิธีทำน้ำเชื่อมบลูเบอร์รี่ / BLUEBERRY SYRUP RECIPE



เทน้ำ 1 ถ้วยลงในหม้อ + น้ำตาลทราย
ละเอียด 3/4 ถ้วย
Pour 1 cup of water into a pot
together with 3/4 cup of sugar.



ใช้ไฟปานกลาง คนให้เข้ากัน
จนน้ำตาลละลาย
Stir the mixture over medium
heat until sugar is dissolved.



เติมน้ำเชื่อมบลูเบอร์รี่สด 1 ถ้วย
ต้มประมาณ 5 นาที
Add 1 cup of fresh blueberries
and boil it for 5 minutes.



กรองน้ำเชื่อมบลูเบอร์รี่ด้วยตาข่าย
ละเอียด ทิ้งไว้ให้เย็น
Filter the syrup and allow it to
cool to room temperature.

วิธีเตรียมเครื่องดื่มสีสดใส / PREPARE THE DRINK



เทน้ำเชื่อมบลูเบอร์รี่ประมาณ 3/4
ของแก้ว
Fill a glass one-quarter full with
blueberry syrup.



ใส่น้ำแข็ง
Add ice.



เทน้ำมะนาว และเติมน้ำโซดาตามชอบ
Pour in lemonade and soda to
your taste.



ตกแต่งด้วยบลูเบอร์รี่สด 3 - 4 ผล
เลมอนฝาน และใบสะระแหน่
Decorate the drink with 3 - 4
fresh blueberries, lemon slices,
and mint leaves. P



TIKTOKER

MIDNIGHT.BITEFOOD

ทำอาหารจากการ์ตูนลงจานแบบเป๊ะ ๆ
WHO BRING ANIME FOOD TO LIFE



Midnight.BiteFood ช่อง TikTok ของคู่รัก แพท - อรศศิพัทธ์ นุ่มผ่อง และไกด์ - นิธิ กนกกาญจนา ที่หยิบเอาอาหารจากการ์ตูน เรื่องโปรดมาเนรมิตลงจานได้เหมือนจริง สวยจริง และกินได้จริง ๆ (อร่อยด้วย!) ซึ่งในระยะเวลาแค่ 2 ปี มีผู้ติดตามกว่า 1 ล้านคน และความครีเอทีฟนี้ยังทำให้ทั้งคู่ได้รับรางวัล Best Food Influencer Award 2024 จากสถานทูตญี่ปุ่น ที่ทั้งคู่ออกเป็นเสียงเดียวกันว่า “เกินฝันไปมาก ๆ”

Midnight.BiteFood is a TikTok channel featuring a couple with passion for anime food. Ornsasipat “Pat” Numpong and Nithi “Guide” Kanokkanjana are keen to create dishes based on what they have seen in their favorite cartoons. Just two years after its launch, their channel has attracted more than one million followers. Having the creative power and skills to deliver what look like the original and taste great, the couple has also lately won the Best Food Influencer Award 2024 from the Embassy of Japan. Asked about their success, they admit, “It’s beyond our imagination.”

แรงบันดาลใจจากการ์ตูน

แพท: “พวกเราทั้งคู่ชอบทำอาหารและชอบดูการ์ตูนมาก ๆ เวลาดูการ์ตูนจะโฟกัสอาหาร หรือการ์ตูนบางเรื่อง เราเลือกดูอาหารโดยเฉพาะ เช่น เรื่องยอดนักปฎิฆะมะ วันพีซ Ben 10 ฯลฯ”

ไกด์: “เราเลือกอาหารที่ทำเพราะน่ารักิน พอดูการ์ตูนตอนกลางคืนแล้วหิวก็พากันเข้าครัว”

แพท: “ตอนแรกเราทำเอาสนุก แบบฟูลฟิลตัวเอง พอมีคนชอบดู เรายิ่งจัดเต็ม ซึ่งก่อนจะทำเมนูอะไรสักอย่าง เรารีเสิร์ชกันเยอะมาก ทั้งจากหนังสือ จากอินเทอร์เน็ต รวมถึงเปิดสูตรที่เราเคยเรียน”

ทักษะด้านอาหาร ตัวช่วยในการทำช่อง

แพท: “เคยเป็นฟู้ดสไตล์ิสต์มาก่อน ซึ่งทักษะหลาย ๆ อย่างช่วยในการทำช่องเยอะมากโดยที่ไม่รู้ตัว ทั้งการเลือกจาน การเลือกของตกแต่ง เพื่อให้ได้กลิ่นอายของการ์ตูนนั้น ๆ หรือแม้แต่หน้าตาอาหาร ที่เรารู้สึกเลยว่า ความเล็ก

และใหญ่ของวัตถุดิบควรหาประมาณไหน หรือโทนสีของเด็กที่เราคิดว่าต้องอบอีกนิด สีถึงจะได้เหมือนในการ์ตูน

“ครั้งหนึ่งเคยทำ Tourbillon Cake จากเรื่องแม่มดน้อยโดเรมี ตัวที่เป็นโดมเหมือนกันหอยสีแดง แต่ตอนทำตัวน้ำตาลสำหรับราดมันไม่เกาะ เราต้องปรับกันหน้างาน ผสมแป้งข้าวโพดเลย พอสำเร็จแล้วสวยเหมือนในการ์ตูน (เราน้ำตาลจะไหล) คือเมนูไหนที่มีอุปสรรคระหว่างทาง แล้วสุดท้ายทำออกมาได้สำเร็จ เราจะรู้สึกภูมิใจเป็นพิเศษ”

ไกด์: “จบวิทยาลัยดุสิตธานี ตอนจบได้ไปช่วยงานฝั่งโรงแรมเดอะสุโกศล ไม่เคยทำร้านอาหารแบบจริงจัง พอเรียนจบไปเทคคอร์สทำอาหารญี่ปุ่นต่อ ยังไม่ทันได้เริ่มทำงานจริง ก็ถูกชวนไปทำงานเบื้องหลังโฆษณา หลังจากนั้นติดใจ เพราะไกด์ไม่ชอบทำอะไรซ้ำ ๆ งานในกองโฆษณาเปลี่ยนทุกวัน ทำทายตลอดว่าต้องทำเมนูให้หน้าตาแบบนี้ สวยแบบนี้ การแก้ไขหน้างานกลายเป็นเรื่องธรรมดาสำหรับเราไปเลย”



ผู้ติดตามขึ้นไวกิ่งก็ต้องเตรียมตัว

ไกด์: “ตอนแรกที่ยอดผู้ติดตามพุ่งขึ้นไวกิ่ง เราตั้งหลักไม่ทันเหมือนกัน เพราะตอนนั้นไม่รู้ว่าต้องผลิตคลิปกันมากแค่ไหน คนคอมเมนต์กันเข้ามาเยอะว่าอยากดูอันนั้นอันนี้ เราต้องใจเย็น ๆ แล้วเรียกสติเพื่อเรียงลำดับสิ่งที่ต้องทำ”

แพท: “พอยอดผู้ติดตามเริ่มคงที่ เราก็มาสร้างตารางผลิตคลิปให้สม่ำเสมอกว่าเดิม เช่น เราควรถ่ายกี่วัน ใช้เวลาตัดต่อคลิปกี่วัน และคอยตอบทุกคอมเมนต์เท่าที่จะทำได้ ซึ่งช่วงปีแรกเราทำแค่สองคน พอเข้าปีที่สองเริ่มให้พี่สาวของไกด์เข้ามาช่วย เราารู้สึกว่าโชคดีที่ทุกคนรู้หน้าที่ของตัวเองและรู้ใจกัน การทำงานเลยลื่นไหลเป็นธรรมชาติ”

ขับเคลื่อน PASSION ด้วยคอมเมนต์

แพท: “พวกเราสนุกมาก ๆ ทุกครั้งที่ได้ทำอาหาร ได้ทำคลิปลงช่อง แต่ยังคงตันในเรื่องความสม่ำเสมอของการลงคลิป เรียกว่าเป็น Pain Point ใหญ่ของเราเหมือนกัน เพราะเราอยากทำให้คุณภาพออกมาดีที่สุด บางครั้งพอทำออกมาในจุดที่เราคิดว่ายังดีไม่พอ เราจะขอถ่ายกันใหม่ ทำให้กินเวลา และทำให้การถ่ายทำต้องยืดออกไปอีก”

ไกด์: “พวกเราใช้วิธีพักสักครู่ นั่งดูการ์ตูนที่ชอบ พอได้ดูหนังที่ชอบ เฮ้ย! เริ่มอยากกินแล้ว เริ่มอยากทำเมนูแล้ว หรือแค่อ่านคอมเมนต์ ตอบคอมเมนต์ ก็จะทำให้กลับมามีไฟ เพราะเป็นพื้นที่ที่มีแต่พลังงานดี ๆ ให้เรา”

แพท: “พอเราลงคลิป เขาก็จะบอกว่า ‘เย! มาแล้ว รออยู่เลย’ และสิ่งที่พวกเราทำมาตลอดคือ การอ่านและตอบคอมเมนต์ของทุกคน กลายเป็นคอมมิวนิตีเล็กๆ ที่ให้เราได้มาแลกเปลี่ยนความรู้เรื่องอาหารกัน”

I managed to beat obstacles and make my creations happen.”

Guide: “I studied at the Dusit Thani College and was a trainee at the Sukosol

Hotel towards the end of the program. But I had never seriously worked in a restaurant. After my graduation, I took a Japanese cuisine course. Yet, before I could land a job in the field, I was invited to work in an ad production team. I found the advertising world fascinating. I hated banality and the advertising job allowed me to try something new every day. There were challenges to tackle every single day at the shooting locations, most within a short time too.”

MORE FOLLOWERS MEANS MORE PREPARATIONS

Guide: “When our followers started growing fast, we were rather unprepared. We didn't know how many clips we should produce. Our followers also made lots of comments on what they would like to see from our channel. We needed to calm down before we could prioritize.”

Pat: “It was only after the number of followers stopped rising fast that we could plan our regular production schedule. We talked about how many days shooting should take in a week. How long post-production work should be? Aside, we need to update the content regularly and interact with followers. In the first year, we replied to comments ourselves. But in the second year, we asked Guide's elder sister to help. We are lucky that each of us knows our duties and one another well. So, our work flows really well.”

COMMENT-DRIVEN PASSION

Pat: “We have much fun every time we cook for our channel's content production. But we feel pressured to produce clips often enough. This is a pain point. We, after all, are serious about our content quality. We want it to be the best. So, when we think things are not yet good enough, we will ask for a new take. So, our production takes time.”

Guide: “When we need a break, we usually watch our favorite anime because that's how our passion is quickly revived. Or sometimes, we just need to read our followers' comments. They give us good energy.”

Pat: “Our fans usually respond to our clip upload with ‘Yay, it's here now. I was waiting’. We always check our fans' comments because our channel has already become a small community where people share our cooking/food knowledge.”

TODAY'S HAPPINESS

Pat: “I'd never thought I would become famous. I used to work behind the scenes only. But after I became a TikToker, many people recognize me. During my outings, some people will approach me and tell me they are waiting for my new clip. I am over the moon with such feedback.”

Asked about their dream today, Pat and Guide say it is about keeping Midnight.BiteFood channel active and enabling it to soar even higher.



ความสุขวันนี้

แพท: “ไม่เคยคิดว่าตัวเองจะมีคนรู้จัก มีคนจำได้ เพราะเราทำงานอยู่เบื้องหลังมาตลอด แต่พอเป็น TikToker หลาย ๆ อย่างเปลี่ยนไป เวลาออกไปข้างนอกเริ่มมีคนจำได้ เขาเดินมาบอกว่า รอคليبอยู่นะ ฟังแล้วก็ดีใจมาก ๆ”

ส่วนตอนนี้ความฝันของทั้งคู่ตอบตรงกันว่ายังไม่ใช้การเปิดร้านอาหารของตัวเอง แต่คือการทำช่อง Midnight.BiteFood ไปนาน ๆ และไปให้ไกลกว่าเดิม

ANIME AS INSPIRATIONS

Pat: “We love cooking and watching anime. So, our attention usually goes to food featured in cartoons. In fact, we even watch some anime stories such as Soma the Super Chief, ONE PIECE, and Ben 10 just because of their food scenes.”

Guide: “We try to cook what we watch because they look yummy. After watching anime at night, we usually feel hungry and end up heading to our kitchen together.”

Pat: “In the beginning, we cooked for fun. It's self-fulfilling. However, as our audience expands, we need to spend much more time on researching. We check with books, the internet, and our textbooks to plan our anime-based cooking.”

COOKING SKILLS BEHIND CHANNEL LAUNCH

Pat: “I used to be a food stylist. So, my work experience has helped a lot with our channel's content creation. I am good at selecting plates and props to replicate the ambience of the chosen anime. I am also savvy about food portions. On top of that, I can even tell by instinct how long the baking time should be to get the color I want.”

“I once baked Tourbillon Cake based on Magical Doremi. But my sugary coating initially failed to stick to the cake. So, I needed to improvise by adding corn flour. When the technique worked, my creation turned out as beautiful as what I saw in the anime (Tear of delight almost ran down my face). I feel especially proud when





นำ PASSION ที่มี เสริมคุณค่าในงาน

TURNING YOUR PASSION INTO VALUES

ว่าด้วยเรื่องของบทบาทเทคโนโลยีในปัจจุบันที่เข้ามาช่วยขับเคลื่อนองค์กร พนักงานเองก็ต้องปรับตัวที่จะเรียนรู้ และนำมาใช้ในงานให้มีประสิทธิภาพ เหมือนเป็นพาร์ทเนอร์ในการทำงาน a LOT ฉบับนี้ เราชวน 4 พนักงานที่ร่วมกันพัฒนาโปรเจกต์สำคัญของ SCGP ในการนำเทคโนโลยี AI มาใช้พัฒนากระบวนการคัดกรองคุณภาพไม้ที่รับซื้อจากเกษตรกร (Integrated Wood Management) มาแชร์มุมมองการเรียนรู้ในการทำงานที่เต็มเปี่ยมไปด้วยพลังบวก

With technology's growing presence in our organization, our employees need to learn more about tech solutions for efficient applications. In this volume, four employees shared their perspectives with a LOT after they jointly developed an AI-enabled integrated wood management system—one of SCGP's key projects.



ณัฐวุฒิ เมฆหมอก
NATTAVUT MEKMOK
TPC PULP PRODUCTION DEPARTMENT MANAGER, TPC

“ผมดูแลกระบวนการผลิตเยื่อกระดาษ และชอบเรื่อง Data Science, Machine Learning และ AI จึงคิดเสนอมานำสิ่งที่ชอบมาผสมผสานให้เกิดประโยชน์กับองค์กรได้อย่างไร ภายใต้บรรยากาศในการทำงานที่พี่ ๆ เพื่อน ๆ เปิดใจรับ ไม่มีกำแพงปิดกั้น สื่อสารได้รวดเร็ว สนุกในการทำงาน ทำให้เราเริ่มโครงการใหม่ ๆ ได้”

“เดิมในกระบวนการผลิตเยื่อกระดาษ การรับซื้อไม้ต้องใช้คนวัดขนาดในพื้นที่ ผมจึงปรึกษากับทีม และ Forestry เพื่อนำ AI มาใช้วัดไม้ ตอบโจทย์ทั้งเกษตรกร เรา และสิ่งแวดล้อมในระยะยาว เพราะโรงงานจะได้ไม้คุณภาพ คนขายจะได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสม และเกษตรกรจะเพิ่มความใส่ใจในการดูแลต้นไม้ระยะเวลาดัดไม้ เพื่อให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์”

“I am in charge of paper-pulp production. But basically, I am passionate about Data Science, Machine Learning, and AI. I thus always think of how to use my passion for my company. Thanks to our supportive work environment, my initiative could take off. Colleagues are open-minded. Communications are fast and I have fun working.”

“In the past, our staff measured wood logs onsite to get raw materials. But now, we use AI for measurement. It is possible because my team and forestry unit supported my idea of AI application. This AI solution works well for us, farmers, as well as the environment in the long run because it ensures quality materials for our plant and proper pay for sellers. Farmers naturally pay more attention to their forest plantations for compliance with our AI-enabled measurement system's criteria.”



พิพัฒน์ศักดิ์ ไชยรัตน์
PHIPHATSAK THAIRATANA
SUPPLY CHAIN ANALYST - SCGP

“ผมชอบพัฒนาโมเดลเกี่ยวกับ Data Science เป็นการส่วนตัว และพยายามศึกษาเบื้องหลังการทำงานของ Model ต่าง ๆ ใน Data Science ที่สนใจ ถ้ามองว่าสิ่งไหนประยุกต์กับงานที่ทำได้ก็จะทดลองและต่อยอด ประกอบกับที่ SCGP เปิดรับเรื่องนวัตกรรม เปิดโอกาสให้เราเรียนรู้ เหมือนสนามเด็กเล่นที่ให้เราได้ลองทำสิ่งใหม่ ๆ ในงบประมาณที่เหมาะสม

“โครงการนี้ใช้ Computer Vision เข้ามาช่วยตรวจสอบเป็นหลัก จากการนำกล้อง CCTV สตรีมภาพเข้าสู่โมเดล ตรวจสอบตำแหน่งของไม้ในภาพและวัดขนาด โดยความท้าทายคือ การปรับปรุงให้ภาพมีคุณภาพ เพื่อให้โมเดลมีข้อมูลไปเรียนรู้มากขึ้น จำนวนผลได้ก็ยิ่งตรงขึ้น และการนำระบบที่พัฒนาขึ้นใหม่นำไปใช้ในการทำงานจริง เกี่ยวข้องกับเงินจริง และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายนอกและภายใน โดยการออกแบบระบบนี้ ผมเริ่มต้นจากการพัฒนาโมเดล POC ง่าย ๆ ในคอมพิวเตอร์ แล้วลองดูว่า ตรวจสอบวัตถุท่อนไม้ในวิดีโอได้ไหมและต่อยอดมาเรื่อย ๆ จนสามารถใช้งานได้จริง จึงเป็นที่มาของโครงการนี้ ผมภูมิใจและอยากพัฒนาต่อไปเรื่อย ๆ ครับ”

“I have long studied and developed data-science models. So, I always look for ways to apply data science to my job. As SCGP encourages innovations and offers learning opportunities, I get access to a sandbox and a reasonable budget to experiment with my ideas.

“This project integrates Computer Vision. With the help of CCTV, images are streamed into my model that accurately detects a targeted log and measures its size. The big challenge of this project is quality image enhancement, as we need to train the model and constantly improve its accuracy. Quality is important because the model is really used to facilitate operations and determine money issues for both internal and external parties. My model was simple. I developed it and conducted the proof of concept with my computer. Initially, I just checked if the model could detect a log. Then, I developed it further and further until this project kicked off. I am so proud. I am determined to develop it further.”

“ความท้าทายของการร่วมทำโครงการนี้คือ การสร้างความน่าเชื่อถือให้กับคู่ค้าที่เคยชินกับระบบการวัดขนาดไม้แบบเดิม เรานำผลการวัดขนาดไม้จากระบบเก่าและระบบใหม่มาเทียบการแสดงผลเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง แม่นยำ แล้วสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจให้เกษตรกร

“SCGP เป็นเหมือนโรงเรียนที่ให้ความรู้เราทุกด้าน ทั้ง Hard Skill และ Soft Skill เชื่อมมันในคุณค่าของคน รับฟังและให้เกียรติซึ่งกันและกัน เรามีความสุขที่ได้ร่วมงานกับพี่ เพื่อน และน้อง ๆ สนุกกับการทำงานทุกวันค่ะ”

“It's quite a challenge to persuade our partners to try and accept our new log measurement system. We have convinced them by showing a comparison between the old and the new systems. We underline accuracy and communicate to boost farmers' understanding.

“To me, SCGP is like a big school. It has taught me many things, including hard skills and soft skills. I now believe in the value of others. With mutual respect, I work happily every day.”



ณทิพย์ ศรสุราษฎร์
FONTIP SORNURAD
TPC PULP PRODUCTION DEPARTMENT MANAGER, TPC

“SCGP สนับสนุนช่องทางให้สื่อสารทั้งแบบทางการและไม่เป็นทางการ พี่ ๆ รับฟังและเห็นคุณค่าในความคิดเรา ให้มุมมองคำแนะนำที่ดีว่า ควรปรับปรุงหรือพัฒนาตรงไหนเพิ่มเติม ทำให้เรากล้าเสนอไอเดียใหม่ ๆ ที่สำคัญ ทุกคนในองค์กรเป็นคนเก่ง คอยช่วยขัดเกลา พอเรามาทำงานประสานกัน ทำให้เราได้แลกเปลี่ยน เรียนรู้มุมมองต่าง ๆ และช่วยให้องค์กรเห็นเป้าหมายที่เหมือนกัน พากันก้าวต่อไปข้างหน้า

“ผมว่าความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจจากทั้งเพื่อนร่วมงาน ลูกค้า ซัพพลายเออร์ สะท้อนจากสิ่งที่เราปฏิบัติต่อคนที่เกี่ยวข้องกับเรา ถ้าเราส่งมอบสิ่งที่ดีและสามารถตอบใจสิ่งที่เขาต้องการได้ จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจให้แก่กันได้”

“SCGP has prepared formal and informal communication channels for us to express our opinions and receive advice. So, I have the courage to propose new ideas. Importantly, because all staff are capable, we can learn from one another. As we have shared our perspectives, we have seen the same goal and driven our organization forward together.

“I think trust from colleagues, customers, and suppliers comes from how we have treated others. When we deliver good things and solutions, we automatically win trust and credibility.”



สิวะรักษ์ บุตรดี
SIWARAK BUTDEE
VALUE CHAIN ANALYST, SCGP

ใหม่

ALMIND

by SCGP



Ultramild Sunscreen Lotion

อัลมายด์ บาย เอสซีจีพี อัลตรามายด์ ชั้นสกรีน โลชั่น



ปกป้องผิว
จากรังสี UVA
และ UVB



เกลี่ยง่าย ซึมไว ด้วย
Hybrid Sunscreen



เสริมประสิทธิภาพกันแดด
นวัตกรรมจาก SCGP



ผ่านการทดสอบ
Dermatologically Tested
โดยบริษัท DermScan Asia



ปลอบประโลมผิวด้วย
Aloe vera extract
& Bisabolol



เป็นมิตร
ต่อปะการัง



สูตรกันน้ำ



ช่องทางการสั่งซื้อ

CENTRAL ROBINSON



@SCGPHEALTHCARE



SCGP HEALTHCARE



SCGP HEALTHCARE



www.doozyonline



SCGP HEALTHCARE



ALMIND by SCGP